

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUÍSA FRAGA PASIANI

**TURISMO SEXUAL EM CIDADES TURÍSTICAS DO NORDESTE BRASILEIRO: O
IMPACTO NA IMAGEM DO BRASIL**

CURITIBA

2017

LUÍSA FRAGA PASIANI

**TURISMO SEXUAL EM CIDADES TURÍSTICAS DO NORDESTE BRASILEIRO: O
IMPACTO NA IMAGEM DO BRASIL**

Projeto em Planejamento e Gestão do Turismo II
apresentado à disciplina de Projeto de Turismo do Curso
de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade
Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Margarete Araujo Teles

CURITIBA
2017

RESUMO

O trabalho em questão teve como objetivo principal identificar os impactos do turismo sexual e da prostituição nos principais destinos de entrada do Nordeste do Brasil. No referencial teórico foram abordados temas, como: turismo sexual, prostituição, turismo no nordeste e imagem do Brasil. Buscando cumprir os objetivos propostos, aliado ao estudo teórico, foi realizada a pesquisa de campo em Salvador (BA), Fortaleza (CE) e Recife (PE). O enfoque da pesquisa é qualitativo e como procedimentos técnicos para a coleta de dados foram utilizados: observação e entrevista semiestruturada, com perguntas abertas e fechadas. A amostra é não probabilística, pois os participantes foram definidos por conveniência, com o critério de intencionalidade. Os entrevistados foram prostitutas e agentes de viagens das cidades do nordeste brasileiro selecionadas. Depois de finalizar a pesquisa *in loco*, os dados foram dispostos em textos e segmentados por cidade, posteriormente foi realizada a análise e discussão das informações teóricas e coletadas na pesquisa de campo. A maior parte dos clientes das entrevistadas era turista, o que comprovou o impacto do turismo na prostituição, contudo as agências de turismo se mostraram alheias. Ao entrevistar as prostitutas destacou-se o fato da maioria delas se sentirem inseguras, aliando estas informações, o presente trabalho tem como projeto a criação de uma organização não governamental, com ações que visam melhorar as condições de trabalho das prostitutas, incentiva-las em buscar a graduação e apoia-las durante todo o percurso, também são apresentadas palestras para o *trade* turístico com o objetivo de sensibiliza-los em relação à prostituição.

Palavras-chave: Turismo sexual. Prostituição. Imagem. Nordeste brasileiro.

ABSTRACT

The main objective of this work was to identify the impacts of sex tourism and prostitution on the main entry destinations in northeastern Brazil. In the theoretical referential were addressed subjects, such as: sexual tourism, prostitution, tourism in the northeastern and Brazil's image. Seeking to fulfill the proposed objectives, attached to the theoretical studies, it was conducted a field research in Salvador (BA), Fortaleza (CE) and Recife (PE). The focus of the research is qualitative and such technical procedures were used for gathering the data: observation and semi-structured interview with open and closed questions. The sample is no probabilistic, for the participants were defined by convenience, with the criteria of intencionability. The interviewees were prostitutes and travel agents from selected Brazilian northeastern cities. After completing a survey of sites, the data gathered was displayed in graphs and texts and divided by each city. Afterwards, an analysis and discussion of the information gathered in the field survey was performed. Most of the clients interviewed were tourists, which proved the impacts of tourism on prostitution, nevertheless tourism agencies as unaware of the matter. When interviewing prostitutes, the fact is that most of them feel insecure. Allied to this information, the present work has as main objective the creation of a non-governmental organization with actions that aim for better working conditions for prostitutes, encourages them to look for a graduation and supports them throughout the process, also presenting lectures for tourist trade aiming to raise awareness about prostitution.

Key words: Sex tourism. Prostitution. Image. Brazilian northeast.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ciclo do turismo sexual.....	17
Figura 2: Cartão postal Rio de Janeiro.....	19
Figura 3: Cartão postal Rio de Janeiro.....	20
Figura 4: <i>Tour Guide</i> – EMBRATUR	20
Figura 5: Campanha EMBRATUR – <i>See you there, Brazil</i>	21
Figura 6: Campanha EMBRATUR, 1988.....	21
Figura 7: Campanha EMBRATUR, 1999.....	22
Figura 8: Outdoor Bahamas Hotel Club.....	22
Figura 9: Campanha EMBRATUR - O mundo se encontra no Brasil. Venha Celebrar a vida.....	23
Figura 10: Campanha EMBRATUR – Copa do mundo.....	23

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Roteiro 1.....	32
Quadro 2: Roteiro 2.....	32
Quadro 3: Roteiro 3.....	33
Quadro 4: Cronograma do projeto de turismo.....	59
Quadro 5: Despesas iniciais.....	62
Quadro 6: Despesas mensais.....	62
Quadro 7: Despesas por etapa.....	63

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Maior parte dos clientes é turista? Geral.....	49
Gráfico 2: De qual região do mundo possui mais clientes? Geral.....	49
Gráfico 3: Sofreu algum caso de violência na prostituição? Geral.....	50
Gráfico 4: Identifica o turismo sexual na cidade? Geral.....	50
Gráfico 5: Identifica campanhas do governo contra o turismo sexual? Geral.....	51
Gráfico 6: Participaria de campanha do governo? Geral.....	51
Gráfico 7: Origem do turista sexual, Geral.....	52

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	MARCO TEÓRICO.....	11
2.1	TURISMO.....	11
2.2	TURISMO SEXUAL OU TURISMO E EXPLORAÇÃO SEXUAL?	14
2.2	IMAGEM DO BRASIL NO EXTERIOR	18
2.3	TURISMO SEXUAL NO NORDESTE DO BRASIL	25
3	METODOLOGIA.....	28
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	34
4.1	APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS	34
4.2	INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	43
5	PROJETO DE TURISMO	47
5.1	DESCRIÇÃO DA PROPOSTA DO PROJETO	47
5.2	ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO	49
5.2.1	Descrição das Etapas para a Execução do Projeto	50
5.2.2	Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa	52
5.2.3	Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa.	54
5.2.4	Avaliação do retorno do investimento.....	56
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
	REFERÊNCIAS.....	61
	APÊNDICE	67

1 INTRODUÇÃO

O turismo sexual possui grande importância, visto que o assunto causa impacto na imagem que o Brasil possui no exterior. Muitos turistas entendem o país como um Estado “sem leis” onde a exploração e o turismo sexual são justificáveis devido à cultura e à pobreza da população. A mídia brasileira foca sua divulgação explorando o carnaval e outras atividades que mostram ao estrangeiro o tropicalismo e a sensualidade, porém a sensualização da mulher pode ser explorada de maneira errônea. (FEIJÓ ; CALAZANS, 2011) O mercado do turismo é de extrema importância para muitos destinos, além de impulsionar a economia e gerar empregos diretos e indiretos, leva para a população autóctone a sensação de orgulho de sua cidade (MARQUEZ e PINHO, 2014).

Para o trabalho, foi utilizado o conceito “turismo sexual”, pois é importante que os agentes do mercado turístico entendam a participação do turismo na atividade. Conforme destacado por Gomes (2008), autores da área optam por não utilizar o termo, evitando o vínculo com a atividade turística, porém, como os agentes estarão envolvidos na pesquisa, será essencial que entendam essa ligação. Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 1995) o turismo sexual é uma viagem realizada dentro ou fora do setor turístico, tendo como principal motivação a relação sexual com moradores do destino.

O turismo sexual ocorre em muitas regiões do Brasil, principalmente no litoral e nos locais mais pobres. Segundo Piscitelli (2003), o gênero também é um diferenciador do mesmo, pois a maior parte das relações é entre os turistas homens e as nativas. Além da relação entre adultos, é possível observar a pedofilia no segmento, Segundo Sousa e Libório (2004) em muitos casos, o turista sexual procura crianças e adolescentes em má condição financeira e sem boa estrutura familiar. No presente trabalho, optou-se por limitar a pesquisa sobre a prostituição de mulheres adultas, visto que é um tema já bastante abrangente.

Diante disto, questiona-se: como conscientizar os agentes sociais sobre os impactos do turismo sexual e da prostituição no Nordeste? Para responder essa indagação, o presente trabalho terá como principal objetivo identificar os impactos do turismo sexual e da prostituição nos principais destinos de entrada do Nordeste do Brasil. Para alcançar tal objetivo, foram definidos os seguintes objetivos específicos: entender os diferentes tipos de turismo sexual e o perfil do turista sexual

que viaja para as cidades nordestinas; verificar, por meio dos órgãos governamentais e das agências de turismo receptivo, as iniciativas públicas e privadas sobre a prevenção ao turismo sexual no nordeste brasileiro; analisar a imagem do turismo do Brasil pelos meios de divulgação; desenvolver um projeto de proteção para a prostituta nas cidades pesquisadas.

O estudo foi dividido em: Introdução, marco teórico e metodologia. No marco teórico estarão dispostas as informações sobre as definições de turismo, turismo sexual e prostituição. Além do levantamento de dados sobre o fluxo turístico nas principais cidades do nordeste brasileiro e da análise da imagem que o Brasil gera para o mundo. Além dos conceitos apresentados serão mostrados estudos de casos e informações relevantes para a pesquisa sobre a imagem gerada na comercialização do turismo no exterior. Assim, os tipos de pesquisa para o embasamento do tema foram: exploratória e qualitativa, com técnica de pesquisa de campo.

O levantamento de campo foi realizado em três cidades nordestinas previamente selecionadas, sendo: Fortaleza, Recife e Salvador. Nos locais, foram realizadas entrevistas com as prostitutas e com os agentes de viagem. Foi proposta a realização de entrevistas com as secretárias de turismo das cidades, porém apesar de tentativas de contato via telefone, e-mail e presencial não foi obtido retorno.

Nas três cidades selecionadas, os agentes de viagem foram entrevistados antes que as prostitutas, buscando a comparação das respostas deles. As entrevistas com as agências de receptivo foram previamente agendadas e as entrevistas com as prostitutas foram realizadas mediante autorização verbal. Cruzando as informações obtidas nas entrevistas e na pesquisa teórica, foi possível constatar o impacto do turismo na prostituição e a falta de interesse da cadeia do turismo no assunto. Sendo assim, foi proposta a criação da ONG Vida Segura, que tem como objetivos: sensibilizar o *trade* turístico em relação ao turismo sexual e melhorar a condição de trabalho das prostitutas.

Por fim, entende-se que estudar o assunto é uma maneira de dar voz a uma população que é pouco escutada pela sociedade e pouco pensada nas execuções das políticas públicas. Tendo o turismo como fator de desenvolvimento da prostituição, é importante que o *trade* estude o assunto e dê a devida importância aos impactos dele.

Durante a pesquisa teórica foi encontrada dificuldade na localização de dados específicos sobre o fluxo da prostituição e do turismo sexual, visto que o tema não possui embasamento teórico abrangente. Na pesquisa de campo a principal barreira foi o contato com as prostitutas. Devido ao horário de maior movimento do mercado da prostituição foi necessário que as entrevistas fossem realizadas a partir das 22 horas em locais pouco seguros, com uso de drogas, armas e violência. Ao longo das entrevistas diversos clientes paravam e dificultavam a conclusão do diálogo. Além disso, muitas prostitutas se mostraram receosas em responder os questionamentos, assim, justifica-se o número de perguntas e de entrevistadas. Não foi possível utilizar gravador ou material para anotar as informações coletadas, visto que as entrevistadas demonstravam não aceitar nenhuma forma de registro.

2 MARCO TEÓRICO

No presente item serão destacados alguns fatos importantes sobre a história do turismo no mundo, apresentando também o início do turismo sexual. Serão apresentados os conceitos do turismo sexual, exploração sexual e prostituição, necessários para o embasamento da pesquisa. A imagem que o Brasil possui no exterior também será destacada, utilizando como base além de autores, cartões postais e campanhas da EMBRATUR. O turismo sexual especificamente no nordeste será apresentado, frisando os dados das cidades selecionadas para aplicação da pesquisa.

2.1 TURISMO

Foi verificado, por meio dos dados históricos, que quando os Babilônios inventaram o dinheiro, deu-se origem ao turismo, aproximadamente em 4.000 A. C.. O turismo surge assim que o homem deixa seu sedentarismo e passa a realizar migrações, principalmente com o intuito de comercialização com outros povos (ZARDO, 2003). Ignarra (2002) aponta que foi no império romano o primeiro registro de viagens de lazer, quando os nobres viajavam grandes distâncias para visitação de templos. Em 776 A. C foi realizada a primeira Olimpíada, impulsionando a evolução do turismo, pois foi o primeiro local com estrutura para hospedagem e lazer (ZARDO, 2003).

O início das viagens de lazer ocorreu durante o Império Romano, elas eram viáveis, pois tinham um sistema de rodovias completo, guardado e vigiado pelo exército. As viagens eram realizadas em carroças puxadas por cavalos, que se revezavam durante o percurso, que era longo e podia chegar até cento e cinquenta quilômetros por dia. Os viajantes da época eram os romanos nobres. (IGNARRA, 2002).

Para Staebler (1996) o turismo e a prostituição estão interligados. Segundo o referido autor, verificando as ruínas de cidades antigas foi possível constatar que há aproximadamente dois milênios, existiam bairros de prostitutas, locais com circulação de viajantes com propósito comercial. São citados como exemplos desses locais: Pompéia na Itália, Babilônia no Iraque e Éfeso na Turquia.

Durante o governo de Alexandre, o Grande, eram realizados eventos de grande porte em Éfeso (atual Turquia). Tais confraternizações atraíam turistas de diversas regiões do mundo, sabe-se também que nesses locais havia uma grande quantidade de prostitutas, deduzindo que o turismo sexual já acontecia nesse período. Passado um longo tempo, iniciaram as grandes navegações, que transportavam um alto número de pessoas (IGNARRA, 2002). A partir de então, o turismo já passou por grandes evoluções e atualizações, porém, é possível perceber que o turismo sexual é uma questão muito antiga.

Com a evolução do turismo desenvolveram-se termos para defini-lo, apresentados a seguir.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) o turismo é definido da seguinte forma: “Movimento de pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 360 dias, desde que esta não realize atividades econômicas”. O turismo contém tempo e espaço, conforme apresentado por Castro (2002) que o caracteriza por: “Deslocamento por determinado tempo e o retorno ao polo fundamental: o lar (CASTRO, 2002, p.110)”. Traduzindo a visão de Chia (2007), o turismo é “o conhecimento, a compreensão e o contato com recursos naturais e culturais diferentes dos nossos” (CHIA, p. 20, 2007).

Assim como outras atividades econômicas, o turismo apresenta seus pontos positivos e negativos. Como benefício, Souza (2013) cita:

incremento do nível de emprego; aumento das divisas; geração de impostos e os efeitos multiplicadores do turismo; a valorização social das

comunidades e de seus hábitos, compartilhando a pluralidade cultural da humanidade (SOUZA, 2013, p.118)

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2016) o setor turístico é um dos principais na categoria de serviços. Atualmente ele possui participação de 7% nas exportações mundiais, ficando em terceiro lugar, atrás apenas dos combustíveis e dos produtos químicos. Assim, a atividade é importante para a economia de muitos países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Ter o turismo como atividade econômica acarreta em muitas vantagens para o país, principalmente para a geração de empregos e renda para a população, isto se faz por meio da exploração de recursos do local, que podem ser naturais, culturais e históricos. Nos últimos anos, o setor está em destaque também é responsável por reduzir a pobreza em alguns países que estão em desenvolvimento (SOUZA, 2016).

O turismo é um mercado segmentado, essas divisões se dão pela diferença entre os turistas, estas podem ser de necessidade, oportunidade, faixa etária, poder de compra e conhecimento. Uma viagem pode englobar vários tipos de turismo e um motivo de viajar pode se sobrepor ao outro, o que dificulta sua classificação (ANDRADE, 2002).

A atividade turística também possui seus malefícios, alguns deles podem ser os danos ambientais, o choque de realidade da comunidade autóctone no contato com o turista e seu modo de vida e também o turismo sexual (BARRETTO, 2006). Para Ouriques (2007) a restrição de ter apenas o turismo como atividade econômica também é prejudicial para a população, que estará fadada a ser um “museu vivo do turismo internacional”, aparecendo como seres exóticos com intuito de servir o turista, inclusive com o sexo, no turismo sexual.

Por ser um serviço com diversos componentes, o turismo impacta em diversos setores da economia. Lage (1998) cita os seguintes problemas gerados pelo turismo:

a dependência dessa atividade e o deslocamento da mão-de-obra de outros setores econômicos e de outras regiões do país ou do mundo; redução das divisas com aumento dos gastos no exterior; efeito imitação; difusão do turismo sexual; degradação das vegetações nativas e da vida selvagem, poluição do ar, dos solos e das águas alterando os recursos dos quais a atividade depende (LAGE, et al., 1998, p.42).

Desta forma, é possível perceber que o turismo sexual é visto como uma adversidade do mercado turístico.

2.2 TURISMO SEXUAL OU TURISMO E EXPLORAÇÃO SEXUAL?

Além de todas as preocupações acerca dos problemas causados pelo turismo sexual, existe o questionamento sobre seu conceito. O termo “turismo sexual” é evitado por alguns pesquisadores da área, que preferem utilizar “turismo e exploração sexual”. Os autores evitam essa intitulação para destacar que a exploração sexual não está vinculada ao turismo e que a mesma aconteceria de qualquer maneira (GOMES, 2008).

Coriolano (1998) aponta que o turismo está vinculado com a prostituição feminina e possui impacto em sua organização. Sendo assim, não é possível camuflar a associação entre eles. O turismo sexual não é mais unicamente realizado pelas mulheres, conforme destaca Cantalice (2012, p.11) “os parceiros são diversos: mulheres, homens, travestis e transexuais não possuem mais uma posição determinada com base na identidade de gênero nem na sexualidade”.

Para Silva (2007), o conceito ainda não está definido:

Apesar do esforço e dos visíveis avanços nos estudos sobre o tema, até o momento não existe um consenso em relação ao conceito de turismo sexual. É perceptível que sua ocorrência deve-se a fatores específicos, como falta de planejamento turístico, exclusão social, desemprego, falta de moradia, escolaridade, dentre outros. Esta forma de turismo, mesmo estando disseminada como prática cada vez mais visível nas sociedades contemporâneas, não é considerada um segmento da atividade turística. (SILVA, 2007, p. 3).

Desta forma, é possível verificar que mesmo não se enquadrando na definição de segmento, a prostituição está ligada com a prática do turismo, determinando assim o turismo sexual.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) descreve o turismo sexual da seguinte forma: “viagens organizadas dentro do setor turístico ou fora dele, utilizando as suas estruturas, com a principal intenção de estabelecer contatos sexuais com os residentes do destino”. (OMT, 1995). Diversos autores, brasileiros e estrangeiros, utilizam o termo “turismo sexual”, alguns exemplos são: Enloe (1989), Truong (1990), Clift e Carter (2000), Piscitelli (2001; 2003), Gomes (2008) e Barretto (2006). Muitos canais de notícias nacionais e internacionais também fazem uso da

expressão, sendo assim, serão citadas duas empresas brasileiras e duas portuguesas: Gazeta do Povo¹, Folha de S. Paulo², Jornal de Notícias³ e Diário de Notícias⁴.

O estudo sobre o turismo sexual não é recente, Enloe (1989) já tratava sobre o assunto, relacionando-o com os problemas de gênero da indústria turística, iniciada por homens e para homens. Truong (1990) afirma que o turismo sexual está ligado a estrutura social e cultural, que coloca a mulher como um produto de consumo sexual. Para Barretto (2006), o turismo sexual está difundido em países do Terceiro Mundo, afirmando que o mesmo é:

comercializado entre a população masculina europeia, que vem a países como Quênia, Tailândia, Sri Lanka, Filipinas, República Dominicana e Brasil à procura de mulheres, dentro do possível bem jovens (BARRETTO, 2006, p. 94).

O turismo sexual é uma questão global, porém, conforme apontado por Gabrielli (2004) em grande parte dos casos o turista é residente de países centrais e ele busca a atividade sexual em países periféricos.

Para Andrade (2002), a tipologia do turismo é resultante da maneira com que os motivos que levaram o turista a viajar são considerados. Dessa forma, utilizando a definição pela motivação do turista, para o presente trabalho será utilizado o termo “turismo sexual”, pois se entende que evitar tal nomeação diminuirá o impacto entre a vinculação do mercado turístico com a exploração sexual. O intuito da pesquisa é dar destaque para um tema tão prejudicial como é o turismo sexual para os agentes do meio, devido a isso, há grande importância na escolha da expressão.

Conforme abordado por Clift e Carter (2000), a indústria do turismo mantém uma relação ambígua com o sexo. O mercado do sexo e a sexualidade do destino são utilizados como um meio de atrair turistas e, simultaneamente, o mesmo envolve a exploração sexual e também a exploração sexual infantil. Assim é intensificada a

¹ GOMES, Tiago. Turismo sexual é combatido, 2016. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas/noticia.php?c=303435>> Acesso 2 de maio de 2017.

² SHAVER, Stephen. Governo da Tailândia quer fechar o cerco contra o turismo sexual. 2001. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/turismo/2016/07/1793228-governo-da-tailandia-quer-fechar-o-cerco-contra-o-turismo-sexual.shtml>. Acesso 2 de maio de 2017.

³ GARCIA, Quique. Espanha é o novo destino de turismo sexual na Europa. 2016. Disponível em: <<http://www.jn.pt/mundo/interior/espanha-e-novo-destino-de-turismo-sexual-da-europa-5442513.html>> Acesso 2 de maio de 2017

⁴ SANTOS, Geraldo. Como Espanha está a tornar-se um popular destino de turismo sexual. 2016. Disponível em: <<http://www.dn.pt/mundo/interior/espanha-e-um-dos-paises-com-mais-prostituicao-do-mundo-5451522.html>>. Acesso 2 de maio de 2017.

importância da precaução na utilização da sexualidade na promoção dos locais, pois podem atrair turistas voltados à exploração sexual e todos os efeitos sociais negativos a ela ligados.

Kempadoo e Ghuma (2009) afirmam que a maioria das relações sexuais entre turistas é heterossexual, sendo a mulher nativa com o turista do sexo masculino. Conforme descrito por SILVA e AVILA (2005), é facilmente identificado que o turismo sexual ocorre principalmente pelos problemas no planejamento do turismo do destino, pela má distribuição de renda, pela restrição de empregos devido à falta de escolaridade. A atividade está vinculada ao capitalismo, quando o ser humano com melhor condição financeira busca nos mais frágeis a possibilidade de exploração. Gomes (2008) afirma que uma das principais motivações do turismo sexual é a pobreza, que faz com que, principalmente as mulheres, busquem a prostituição.

A prostituição não será profundamente estudada, pois o trabalho não é sobre ela, apenas os dados relacionados à influência do turismo serão relevantes. As prostitutas serão tratadas como vítimas de turismo sexual e não agressoras da imagem, visto que pela legislação brasileira, o ato de se prostituir não é criminalizado, conforme destacado por Silva (2008).

Porém, pela necessidade da contextualização, serão apresentadas algumas definições da prostituição. Ela é descrita como “ato ou efeito de se prostituir; atividade de quem obtém lucro por meio da oferta de atividades sexuais” (PRIBERAM, 2017). A atividade é apenas uma parte do turismo sexual. (OPPERMANN, 1999). O ato de ter um encontro com um cliente com motivação sexual, já caracteriza a prostituição (GASPAR, 1988). A definição do termo prostituição é complexa, Gaspar (1988) afirma que as próprias garotas de programa não são consideradas pessoas aptas para definir os termos das atividades inclusas na prostituição, mesmo que vivam nesse dia a dia. A prostituição é um segmento organizado, que conta com prostitutas⁵ michês⁶, travestis⁷ e proxenetas⁸. Quando a prostituta possui “cafetão”⁵ ou “cafetina”, eles são responsáveis pela cobrança, pagamento e organização dos encontros com os clientes (GASPAR, 1988).

A prática do turismo sexual gera um conjunto de problemas, e os mesmos são causados pelos fatores já citados. Como: construção histórica, imagem que se

⁵ Mulher que obtém lucro com a oferta de serviços sexuais (PRIBERAM, 2017)

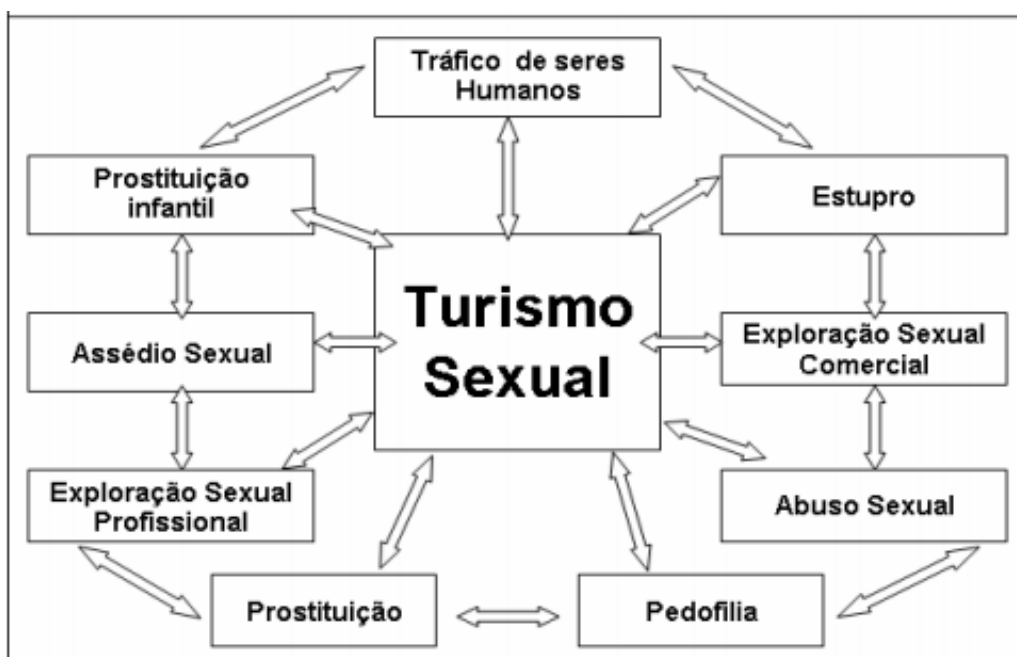
⁶ Pessoa que se prostitui (PRIBERAM, 2017)

⁷ Pessoa que pratica o travestismo, transformista (PRIBERAM, 2017)

⁸ Pessoa que explora a prostitutas ou prostitutos (PRIBERAM, 2017)

passa da mulher, desigualdade social, falhas política, deficiência no planejamento turístico e na legislação sobre o assunto. Desta forma, o turismo sexual está em um ciclo contínuo, com diversos sub-fenômenos, Conforme demonstrado por Calaça (2007) na figura 1:

Figura 1 – Ciclo do turismo sexual



FONTE: Calaça, 2007

Para a OMT, é papel do Estado combater o turismo sexual. Segundo o Código Mundial de Ética do Turismo:

A exploração de seres sob todas as formas, principalmente a sexual, e sobretudo de crianças, vai contra os objetivos fundamentais do turismo e

constitui sua própria negação. Portanto, e em conformidade com o Direito Internacional, ela deve ser rigorosamente combatida, com a cooperação de todos os Estados envolvidos, e condenadas sem concessões pelas legislações nacionais (BADARÓ, 2003, p. 117).

O Ministério do Turismo realiza campanhas com o intuito de combater o turismo sexual, porém, as mesmas geralmente são destinadas apenas à exploração sexual infanto-juvenil. Em fevereiro de 2017 foi lançada a campanha "Proteger, Respeitar e Garantir - Todos Juntos pelos direitos das crianças e adolescentes", com o intuito de impulsionar as denúncias realizadas pelo Disque 100. A divulgação foi feita utilizando três vídeos, divulgados nas mídias sociais do Ministério do Turismo e da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Criança e do Adolescente e nos voos das companhias aéreas (BRASIL, 2017).

O Disque 100 foi criado em 1997, inicialmente com o nome Disque Denúncia Nacional de Abuso e Exploração Sexual contra Crianças e Adolescentes, em 2003 foi designado para o Governo Federal, que o abriu para denúncias também de casos de violência. Atualmente o mesmo pode ser acionado de forma direta e gratuita por meio do número 100, disponível para ligações e mensagens e do e-mail disquedenuncia@sedh.gov.br (BRASIL, 2010). Em 2016, o disque denúncia recebeu 77.290 relatos, praticamente seis vezes mais que o número de relatos de 2010, atualmente o mesmo está disponível para qualquer contato relacionado aos direitos humanos (BRASIL, 2017).

2.2 IMAGEM DO BRASIL NO EXTERIOR

O Brasil foi apresentado para o mundo, desde sua colonização, como um local de mulheres sensuais e com muitas belezas naturais. Segundo Gomes (2009), “essa construção iniciou-se com os viajantes e colonizadores do século XVI e seus imaginários bíblicos de paraíso e pecado original”. Com sua independência, viu-se a necessidade da construção de uma identidade para o país, os intelectuais da época buscavam a reconstrução da imagem da nação. Destacando que o brasileiro surgiu com a miscigenação do homem branco com as índias ou negras (escravas) que aqui viviam, com essa mistura de raças deu-se origem a visão da mulata. A mulata virou o ícone de representação da mulher brasileira, “carregando uma marca de permissividade sexual” (GOMES, 2009). Correa (1996) também aponta que a

mulata, que foi fundada como um “objeto de beleza”, é o símbolo de representação do Brasil (CORREA, 1996).

A imagem de um destino está totalmente interligada com o “processo de decisão de compra do consumidor” (BIGNAMI, 2002, p.11). Uma das exemplificações da formação da imagem se dá com o resultado do pensamento comum, quando para a maioria das pessoas se gera a mesma imagem. Quando a imagem de um destino ainda não está definida, os indivíduos utilizam a imaginação por meio das informações que obtiveram durante a vida. É importante que a imagem assimilada ao país seja atrativa, pois é com base nela que o turista decidirá o que escolher, visto que não é possível que se vivencie a experiência antes da viagem. A veracidade da imagem também possui grande importância, pois o cliente criará expectativa com base na mesma poderá se decepcionar facilmente caso não encontre algo distinto de sua projeção (BIGNAMI, 2002).

Segundo Bignami (2002), alguns países são lembrados pela imagem que grande parte dos indivíduos faz dele, citando que o Brasil é lembrado pelo carnaval, mesmo que seja de conhecimento geral que no país não há apenas aquele atrativo. Santos (2006) também constata que a alegria da população brasileira e seu estilo de vida é um dos maiores atrativos para o turista.

Ribeiro e Sacramento (2006) relatam que desde os anos sessenta, a imagem do Brasil é associada a “mulata com *bunda* generosa”. (RIBEIRO, SACRAMENTO, 2006, p. 162). Essa visão da brasileira possui grande valor no mercado erótico, diferente do homem brasileiro, que é visto como pobre e machista. De qualquer maneira, a imagem que o Brasil remete aos estrangeiros é pejorativa, destacando os adjetivos supramencionados (RIBEIRO, SACRAMENTO, 2006).

A EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo - criada na década de 1960 fez com que o turismo tivesse seu papel de destaque no Brasil. Perto de 1970, com o intuito de promover o Brasil, a EMBRATUR divulgava o país como um “paraíso de mulatas”, fazendo o uso de fotos de mulheres seminuas como material de divulgação (GOMES, 2009). Bignami (2002) destaca que a imagem do Brasil era projetada em cinco eixos, esses seriam: “Brasil do Paraíso”, “País do Sexo Fácil”, “País do Carnaval”, “Lugar do exótico e do místico” e “Brasil dos brasileiros”. A exploração do lado sexual das mulheres pela EMBRATUR e pelos cartões postais será demonstrada por meio das imagens divulgadas pelo instituto, expostas a seguir.

Figura 2 – Cartão postal Rio de Janeiro



Praia de Copacabana

Rio de Janeiro, Brazil

FONTE: COLOMBOCARD, 1970

Figura 3 – Cartão postal Rio de Janeiro



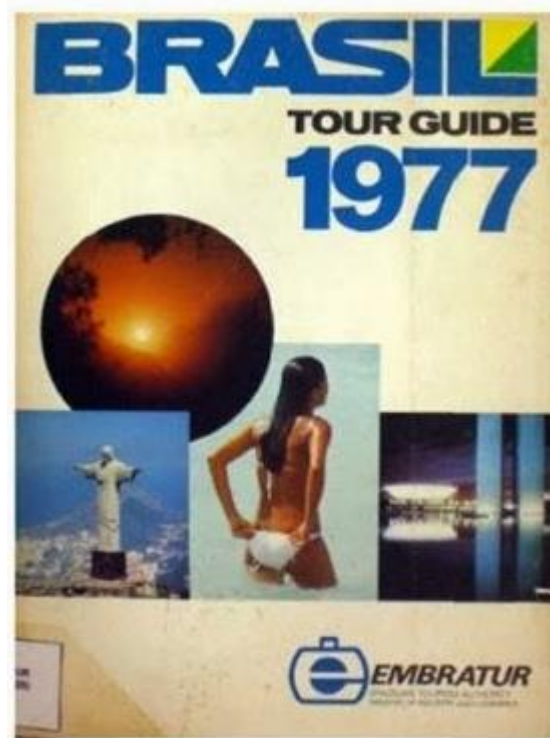
Praia de Copacabana

Rio de Janeiro, Brazil

FONTE: COLOMBOCARD, 1980

As imagens das paisagens nacionais estavam sempre atreladas a mulheres de biquíni, deixando subentendido que elas também eram consideradas atrativos turísticos, como demonstrado nas figuras 4, 5 e 6.

Figura 4 – *Tour Guide* - EMBRATUR



FONTE: EMBRATUR, 1977

Figura 5 – Campanha EMBRATUR – *See you there Brazil*



FONTE: EMBRATUR, 1983

Figura 6 – Campanha EMBRATUR



FONTE: EMBRATUR, 1988

Depois das diversas pesquisas realizadas confirmando que o turismo sexual existia e afetava adultos, adolescentes e crianças, a EMBRATUR precisou realizar campanhas contra a atividade. Nessa época, o Instituto com a colaboração da ABAV, Ministério da Justiça, Polícia federal, ONGs e outros, divulgou uma campanha contra o turismo sexual, inaugurando o disque-denúncia, que tinha por finalidade receber as acusações de exploração sexual (ALFONSO, 2006).

Mesmo depois da divulgação do material com intuito e combater a exploração sexual, a EMBRATUR permaneceu com campanhas com imagens de mulheres, mas um pouco mais discretas, conforme demonstrado na figura 7.

Figura 7 – Campanha EMBRATUR



FONTE: EMBRATUR, 1999

Mesmo que, atualmente, seja de conhecimento geral que o turismo sexual é prejudicial para a imagem do Brasil no mundo, inúmeros empresários continuam

utilizando a atividade como uma forma de atrair turistas. Como exemplo tem-se do Bahamas Club Hotel, que instalou um *outdoor*, conforme demonstrado na figura 8, durante o período da Copa do Mundo, em 2014.

Figura 8 – Outdoor Bahamas Hotel Club



FONTE: REVISTA ÉPOCA, 2014

Atualmente as campanhas da EMBRATUR perderam o cunho sexual e estão visando a divulgação das belas paisagens do país e de sua cultura, conforme apresentado nas figuras 9 e 10.

Figura 9 – Campanha EMBRATUR – O mundo se encontra no Brasil. Venha Celebrar



FONTE: EMBRATUR, 2012

Figura 10 – Campanha EMBRATUR – Copa do mundo



FONTE: EMBRATUR, 2013

Atualmente a EMBRATUR exalta as festas populares, o céu e mar, o sol e a luminosidade, as florestas e a religiosidade, tirando o foco da promoção embasada na sexualidade da mulher brasileira (KAJIHARA, 2011).

Na visão de Joppe, Marin e Waalen (2001), a criação de uma identidade de imagem, quando bem utilizada é de extrema importância para caracterizar o destino como potencial turístico. Chagas, que alega que:

A imagem de destinos turísticos aparece como uma importante ferramenta estratégica no processo de diferenciação, aumento da competitividade, culminando, por fim, em um satisfatório desenvolvimento turístico (CHAGAS, 2009).

A imagem que o Brasil possui no exterior é um dos fatores que faz com que o país não receba muitos turistas estrangeiros em vista do seu potencial, ainda é destacado que em “um país diverso como é o Brasil, estar na posição que ocupa no turismo internacional pode ser motivo de vergonha”. O país está sempre vinculado à imagem de mulheres com vertente sensual e à malandragem da população (PÉREZ-NEBRA, ROSA, 2008). Uma das causas da imagem negativa do país possui é pela forma com que a imprensa relata casos de violência, dando maior magnitude do que deveria (BIGNAMI, 2002). Com a leitura de todos os autores supracitados, é possível confirmar que a imagem que o Brasil possui no exterior é negativa e um dos motivos disso é o turismo sexual.

2.3 TURISMO SEXUAL NO NORDESTE DO BRASIL

Nesse trecho serão expostas as informações utilizadas para definir os locais que as pesquisas serão realizadas, para isso serão levantados dados sobre o fluxo turístico do nordeste do Brasil, as notícias referentes ao turismo sexual na região e os estudos de casos dos destinos.

Conforme apontado por Alfonso (2006) na década de 1980, a EMBRATUR, visando o aumento do turismo priorizou o crescimento turístico das regiões Nordeste e Norte, visando a exploração do turismo de sol e praia. Ambos os destinos possuem um ótimo clima para o segmento, com temperatura média de 28°C, nesse período iniciou o turismo de massa no nordeste do Brasil.

Para Lopes (1990), muitos países, principalmente os que possuem paisagem exótica e o baixo poder econômico, podem ver no turismo a possibilidade de garantir o crescimento econômico do local, visto que o mercado é um grande gerador de empregos e renda. Casemiro afirma que:

Além dos benefícios econômicos anteriormente referidos, a atividade turística poderá contribuir também para melhoria da distribuição de renda entre as diferentes regiões, uma vez que a infraestrutura montada nas regiões pobres permite que elas recebam os turistas das regiões mais desenvolvidas e com maior renda, fazendo com que ocorra migração de renda para aquelas áreas (CASEMIRO, 2002, p. 2).

A região do nordeste do Brasil se enquadra, pois recebe um alto fluxo de turistas, e ao considerar a renda per capita da mesma, se encaixa melhor que outras regiões do Brasil. A região litorânea, com lindas praias, temperatura do mar agradável e clima quente em grande parte do ano, é um dos locais mais visitados do mundo pelos turistas, o Brasil possui um grande litoral (aproximadamente 7500 quilômetros de extensão) e poderia explorar mais o turismo de sol e praia. Porém, os governantes responsáveis pela elaboração das políticas públicas não possuem grande foco na utilização do mesmo para divulgação (CASEMIRO, 2002).

No ano de 2016 o Brasil recebeu 10.538.012 “desembarques internacionais de passageiros em aeroportos”, em 2015 foram recebidos 10.094.438. Em 2015, a maior parte dos turistas estrangeiros que visitaram o Brasil foram homens, 61,2% dos turistas foram do sexo masculino, 36,6% dos visitantes estavam sozinhos e 10,12% estavam com amigos (BRASIL, 2015).

Baseado nos dados fornecidos pela Secretaria de Turismo do Ceará foi possível verificar que o número de turistas que desembarcaram na capital em 2015 foi 3.343.815. Desses turistas, estima-se que 278.523 sejam estrangeiros. A principal motivação da viagem para os visitantes em 2014 (não foram localizados dados de 2015) foi o “passeio”, sendo escolhida por 45,4% dos turistas selecionados. A maior parte das visitas foi realizada em janeiro ou julho, quando a taxa de ocupação hoteleira chegou a 89% e 87%, respectivamente. A movimentação que o turismo teve no Produto Interno Bruto (PIB) da cidade foi de 11,6%. Os principais mercados emissores internacionais são europeus, totalizando 66% do total, destacando a Itália com 20,85% e Portugal com 12,27% (CEARÁ, 2015).

Conforme apontado por Gabrielli (2011), a região brasileira que mais recebe turista que busca a atividade sexual é o nordeste, o estado está entre os locais com maior prática de turismo sexual no mundo. O jornalista Francês, Nicolas Bourcier, correspondente no Brasil do *Le Monde* fez uma reportagem sobre o turismo sexual em Fortaleza antes da Copa do Mundo. Em sua reportagem, ele afirma que Fortaleza é a capital brasileira da prostituição e está entre os polos do turismo sexual no Brasil, ao lado de Recife, Salvador, Natal e Rio de Janeiro (BOURCIER, 2014). Segundo Bourcier (2014), o maior fluxo de prostituição na capital cearense é próximo da praia de Iracema, nas avenidas Juscelino Kubitscheck, Alberto Craveiro, Governador Raul Barbosa e também na famosa Avenida da Abolição.

Há relatos antigos sobre o turismo sexual em Fortaleza, nos principais casos, a mídia denunciava e os órgãos responsáveis verificavam e constatavam o ocorrido. Na capital Cearense, foi estabelecida no dia 23/04/1993 a Comissão Parlamentar de Inquérito na Câmara Municipal, a mesma identificou uma rede criminosa que explorava prostituição infantil no mercado do turismo (FORTALEZA, 2002). Por meio da leitura do artigo publicado pela Câmara, é possível perceber que algumas agências de turismo estão ligadas com o turismo sexual, divulgando *folders* de mulheres seminuas na praia, junto com “outros atrativos” do destino.

Em Recife, segundo Parente (2014), a principal zona de prostituição está localizada no bairro de Boa Viagem, ocupando as calçadas e vias próximas aos estabelecimentos comerciais. O local possui movimentação de clientes todos os dias da semana, porém os dias de maior agitação são sexta-feira e sábado. As mulheres que trabalham no ramo residem em lugares distantes, em regiões mais precárias, Boa Viagem é um dos bairros da classe alta da cidade. Parente (2014) destaca que

na região estão localizados os melhores hotéis da cidade, além de toda a infraestrutura para atender o turista, como: bares, restaurantes, locadoras de automóveis e boates. Agências de turismo também estão localizadas no local, vendendo, além do turismo de sol e praia ou de outros ramos, o turismo sexual.

Para Marquez (2009), as pessoas que trabalham com o turismo sexual em Salvador são de classe baixa, também com pouco estrutura familiar e que saem de pequenas cidades próximas. Não é destacado um local específico onde a prostituição ocorre, porém, com base no resultado das entrevistas da pesquisa de Marquez, foi constatado que a prática ocorre 20,7% em bares, 16,7% em pontos de taxistas, 13% na praia, 13% em casas de prostituição e aproximadamente 20% em hotéis e pousadas.

Os principais assuntos abordados no estudo foram definidos e contextualizados no presente capítulo. A seguir será apresentada a metodologia utilizada na pesquisa.

3 METODOLOGIA

A metodologia é organizada conforme os aspectos específicos de cada pesquisa e nela deverão constar dados sobre o desenvolvimento da mesma. (GIL, 2002). Para Dencker:

A metodologia está relacionada com os objetivos e a finalidade do projeto e deve descrever todos os passos que serão dados para atingir o objetivo proposto. O detalhamento dos procedimentos metodológicos inclui indicação e justificação do paradigma que orienta o estudo, etapas de desenvolvimento da pesquisa, descrição do contexto, processo de seleção dos participantes, procedimentos e instrumental de coleta e análise dos dados e recursos utilizados para maximizar a precisão dos resultados (DENCKER, 1998, p.105).

A pesquisa deste trabalho possui abordagem qualitativa, pois para Gil (2008), os casos que envolvem pesquisa participante, pesquisa-ação, estudo de caso e estudo de campo são classificados como qualitativos, tal como esta pesquisa. Dencker (1998) afirma que quando o pesquisador faz parte do universo da pesquisa, seu tipo é qualitativo. Justifica-se também, pois será realizada a pesquisa de campo, com entrevistas feitas pela pesquisadora, com interação com o local de estudo, sendo assim, a pesquisa é qualitativa (NEVER, 1996)

O trabalho é considerado um estudo de campo, para Gonsalves (2001, p.67)

A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Ela exige do pesquisador um encontro mais direto. Nesse caso, o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir um conjunto de informações a serem documentadas.

A pesquisa será realizada em três cidades do nordeste do Brasil, Salvador, Recife e Fortaleza. Os procedimentos técnicos dos estudos de campo são realizados com base na observação direta e nas entrevistas, para coletar o que realmente ocorre in loco (GIL, 2008).

Para atender os objetivos do trabalho, foi utilizada a pesquisa exploratória, que segundo Gil (2002), é realizada para que o autor se aprimore mais sobre o assunto, buscando a familiarização. Dencker (1998) aponta que a pesquisa é feita por meio de entrevistas, comparação com exemplos semelhantes e levantamento bibliográfico.

É na seção “Marcos teóricos ou “Revisão de Literatura” do projeto que se analisa a situação atual do conhecimento mediante a leitura das obras

existentes sobre o assunto investigado, buscando-se pesquisas similares sobre o tema, conceitos, explicações e modelos teóricos existentes, com o objetivo de situar o estudo no contexto geral do conhecimento (DENCKER, 1998, p. 86).

A pesquisa documental, baseada em “documentos de primeira mão, conservados em arquivos de instituições públicas e privadas” foi utilizada para buscar campanhas que tenham trabalhado o tema turismo sexual e nos dados de estatística para definição do local de estudo (DENCKER, 1998). Foram utilizados os *sites* das revistas de divulgação online e dos jornais com reportagens relevantes para a pesquisa e também os vídeos do Ministério do Turismo (MTUR) das campanhas de combate ao turismo vinculado à exploração sexual.

Na execução da pesquisa foi utilizada a técnica de observação, emprega-se a observação em variados momentos para obter informações necessárias, assim os pesquisadores também adotam para que tenham acesso à percepção atual do fato (DENCKER, 1998). A observação foi realizada em locais públicos, com grande circulação de pessoas. Por isso foi feita sem o conhecimento dos envolvidos, portanto, não souberam os objetivos da mesma. O local da observação foi regiões turísticas de cidades nordestinas, com a duração de seis dias, sendo dois dias em cada cidade. Para a observação foi utilizado um roteiro, com as seguintes informações: Locais onde há prostituição e aparência de segurança da localidade.

Para realizar a pesquisa de campo foram utilizados instrumentos de coleta de dados, estes são definidos baseados nas informações que devem ser coletadas. Para a construção do mesmo, “necessitamos verificar as variáveis que serão pesquisadas, uma vez que estas são os elementos que pretendemos medir de forma correta” (DENCKER, 1998, p.110). Os meios utilizados na presente pesquisa foram: entrevista semiestruturada baseada em um questionário.

Durante a observação, foram identificadas quais mulheres estavam se prostituindo, foram selecionadas as que condiziam com os critérios estabelecidos (mulher, maior de dezoito anos e trabalhar com prostituição nos bairros turísticos) para solicitar a participação na pesquisa. A abordagem foi realizada discretamente, primeiramente a pesquisadora se apresentou e informou o tema da pesquisa, posteriormente questionou se elas aceitariam participar da entrevista, sem divulgação de nome e sem gravação de áudio. Quando a resposta era negativa, a autora buscava outra prostituta para abordar e quando positiva, as perguntas foram realizadas de maneira simples, para facilitar a compreensão. A entrevista possui

duas perguntas abertas e duas fechadas, e é semiestruturada, pois não será seguido um roteiro específico e o entrevistado ficará livre para comentar sobre o assunto (MAY, 2004). Para que a técnica seja realizada com sucesso, é importante que o pesquisador seja o entrevistador, devido à necessidade de conhecer o assunto (GIL, 1999). O objetivo da entrevista é identificar quem é o turista sexual e compreender as necessidades das prostitutas. Conforme definido durante a pesquisa bibliográfica, o número de entrevistadas foi determinado no local de aplicação das entrevistas, sendo a amostra não probabilística.

Gil (2002, p. 21) define amostra como: “com uma pequena parte dos elementos que compõem o universo” e afirma que com uma seleção rigorosa, a mesma pode representar corretamente o todo, há também uma margem de erro, que poderá ser definida por meio de procedimentos estatísticos. A amostra do presente trabalho é não probabilística, os participantes foram definidos por conveniência, com o critério de intencionalidade. Gil (2002, p.145) define a amostra não probabilística como: “Uma amostra intencional, em que os indivíduos são selecionados com base em certas características tidas como relevantes pelos pesquisadores”.

Como objeto de estudo, foram utilizadas três cidades do nordeste do Brasil, Fortaleza (CE), Recife (PE) e Salvador (BA) foram definidas como locais de pesquisa, por meio da leitura realizada, onde constatou-se que são destinos visados para a prática do turismo sexual. Ávila e Silva (2010) apontam que todo o nordeste é definido com uma área que possui turismo sexual, mas ressaltam que nos locais onde o turismo é um setor de destaque isso acontece com mais frequência, sendo o caso das três cidades definidas como local de estudo. Como todo o custo da viagem foi assumido particularmente, os locais de estudo também foram escolhidos por conveniência.

Foram propostos três grupos de entrevistados, sendo: agências de turismo receptivo, entidades governamentais e prostitutas. Porém, as entrevistas com as entidades governamentais não foram realizadas, por falta de retorno deles. Definiu-se entrevistar três agências de receptivo que foram previamente agendadas. Optou-se por entrevistar as prostitutas com mais de dezoito anos e localizadas em bairros turísticos. Durante a pesquisa de campo foram entrevistadas nove agências e treze prostitutas.

Os roteiros foram realizados facilitar a compreensão do pesquisador, porém não foi levado na entrevista. Segundo Gil (2002), no roteiro só deve constar perguntas necessárias para responder os objetivos propostos, essas indagações devem ser claras e de fácil entendimento para o entrevistado e para a análise do pesquisador. Por ser um assunto complexo e em alguns casos transgredir a lei, a abordagem foi realizada tranquilamente, evitando entrar na privacidade das prostitutas entrevistadas. Os termos utilizados foram de fácil compreensão, pois acredita-se por meio da leitura efetuada, que as mesmas fazem parte de uma população carente, com pouco acesso à educação.

Nos quadros 1, 2 e 3 serão demonstrados os roteiros das três entrevistas propostas, ao lado estarão os objetivos que cada pergunta visa solucionar.

Quadro 1: Roteiro 1

Pergunta	Objetivo
Maior parte dos clientes é turista?	Traçar o perfil do turista sexual que viaja para as cidades nordestinas.
De qual região do mundo tem mais cliente?	Traçar o perfil do turista sexual que viaja para as cidades nordestinas.
Qual a etnia dos clientes?	Traçar o perfil do turista sexual que viaja para as cidades nordestinas.
Sofreu algum caso de violência?	Identificar os impactos do turismo sexual e da prostituição nos principais destinos de entrada do Nordeste do Brasil

FONTE: O autor (2017)

Quadro 2: Roteiro 2

Pergunta	Objetivo
Trabalha com turismo receptivo?	Verificar, por meio dos órgãos governamentais e das agências de turismo receptivo, as políticas de prevenção ao turismo sexual no nordeste brasileiro
Identifica o turismo sexual na cidade?	Identificar os impactos do turismo sexual e da prostituição nos principais destinos de entrada do Nordeste do Brasil.
Identifica ações do governo contra a prática do turismo sexual?	Verificar, por meio dos órgãos governamentais e das agências de turismo receptivo, as políticas de prevenção ao turismo sexual no nordeste brasileiro.
Faz parte de alguma ação do governo que combata a prática?	Verificar, por meio dos órgãos governamentais e das agências de turismo receptivo, as políticas de prevenção ao turismo sexual no nordeste brasileiro. Desenvolver um projeto de proteção para a prostituta, visando tratar o impacto do turismo sexual e da prostituição na imagem que o Brasil passa para o mundo.
Qual é o perfil do turista que viaja a procura da atividade sexual?	Traçar o perfil do turista sexual que viaja para as cidades nordestinas.
Participaria de ação contra a prática do turismo sexual?	Desenvolver um projeto de proteção para a prostituta, visando tratar o impacto do turismo

	sexual e da prostituição na imagem que o Brasil passa para o mundo.
--	---

FONTE: O autor (2017).

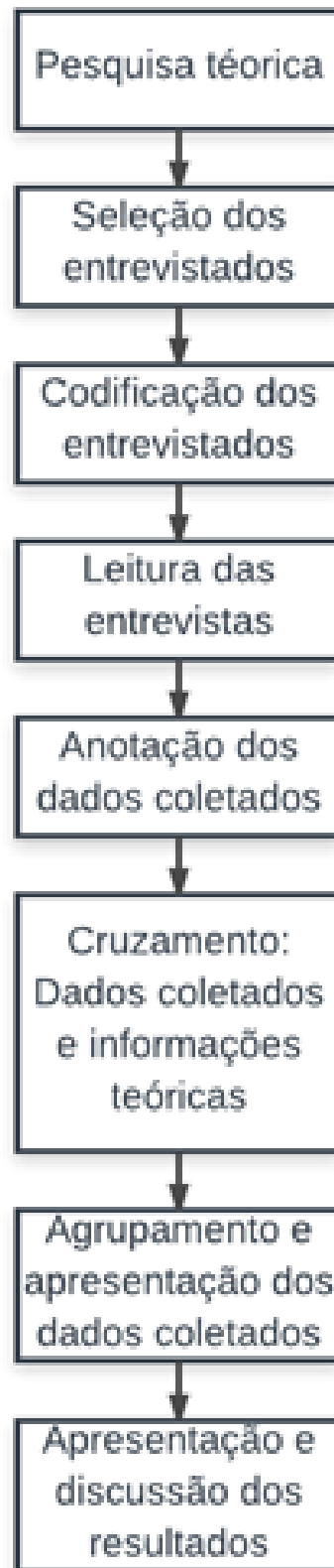
Quadro 3: Roteiro 3

Pergunta	Objetivo
Qual o conhecimento sobre a prática do turismo sexual na cidade?	Identificar os impactos do turismo sexual e da prostituição nos principais destinos de entrada do Nordeste do Brasil.
Quais são as principais zonas do turismo sexual?	Identificar os impactos do turismo sexual e da prostituição nos principais destinos de entrada do Nordeste do Brasil.
Quais são as campanhas que fazem contra a prática do turismo sexual na cidade? Como os empresários do meio estão relacionados com a atividade?	Verificar, por meio dos órgãos governamentais e das agências de turismo receptivo, as políticas de prevenção ao turismo sexual no nordeste brasileiro.
Existem programas de suporte para as prostitutas? Quais?	Desenvolver um projeto de proteção para a prostituta, visando tratar o impacto do turismo sexual e da prostituição na imagem que o Brasil passa para o mundo.

FONTE: O autor (2017).

Depois da realização das entrevistas, o questionário foi preenchido pela pesquisadora, utilizando a ferramenta Google Docs. As respostas dos questionamentos foram descritas primeiramente segmentadas pela cidade e posteriormente apresentadas em gráficos gerados pelo Excel. Para análise dos dados foi adaptado o sistema de Alves e Silva (1992), como demonstrado na figura 11, alguns itens foram incluídos com o intuito de facilitar a demonstração dos dados.

Figura 11 – Sistema de análise de dados



FONTE: Adaptado de Alves e Silva (1992)

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Conforme apontado na metodologia, para concluir os objetivos do trabalho, foram realizados dois tipos de entrevistas, sendo: com as prostitutas e com as agências de turismo receptivo. Para evitar constrangimento sobre o assunto, optou-se por não revelar a identidade dos entrevistados. Os dados serão apresentados na ordem de visita dos destinos, dentro das informações da cidade, serão demonstrados, primeiramente, os dados obtidos no contato com as agências de turismo e posteriormente serão dispostas as informações coletadas nas entrevistas com as prostitutas. A análise dos dados será realizada com base no emparelhamento entre as informações dispostas no Marco Teórico e as informações recebidas na pesquisa de campo.

Optou-se por não revelar o nome dos envolvidos, substituindo-os pela letra inicial da cidade, a letra definida para cada classe (as prostitutas serão definidas pela letra P e os agentes pela letra A) e o número da ordem da realização da entrevista. Como exemplo: A primeira prostituta entrevistada em Salvador será nomeada como SP1, o terceiro agente entrevistado em Fortaleza será nomeado como FA3.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS

No dia quatro de julho de 2017 iniciou a viagem para realização da pesquisa de campo, o primeiro destino foi Salvador. Na capital baiana, foram selecionadas três agências de turismo para realização da pesquisa, uma no Pelourinho e outra no bairro de Caminho das Pedras. Os locais foram definidos, pois, conforme apontado pelo Instituto WINROCK (p. 84, 2008),

Salvador, com sua característica associada ao turismo sexual, tem seus locais de concentração sobretudo em pontos turísticos, em bares, hotéis – muitos situados próximos à região central histórica do Pelourinho, local de grande fluxo de turistas.

As três agências de turismo de Salvador selecionadas trabalhavam, também, com o público receptivo, característica necessária para realizar as entrevistas.

Ao questionar sobre a existência do turismo sexual na cidade, os entrevistados SA1 e SA2 afirmaram antigamente era presente, porém atualmente não e o entrevistado SA3 informou que o turismo sexual nunca existiu na capital.

Sobre a presença de divulgações do governo, os três agentes informaram que atualmente não identificam campanhas do governo sobre a prática do turismo sexual e o entrevistado SA1 e o entrevistado SA2 alegaram que essas campanhas existiam antigamente, principalmente com cartazes no aeroporto e locais que envolviam atividades turísticas.

Os entrevistados SA1 e SA2 aceitariam participar de campanhas caso o governo as fizesse e o entrevistado SA3 informou que não, por entender que não há necessidade, pois acredita que o turismo sexual não existe em Salvador.

Dos três agentes entrevistados, o entrevistado SA1 e o entrevistado SA2 disseram que os turistas que viajam a procura de sexo são europeus, principalmente alemães, italianos, portugueses e espanhóis, o que contradiz o relato de não identificarem o turismo sexual na cidade. O entrevistado SA3 informou que não sabe, pois nunca viu ou teve contato com o turista sexual.

Na capital baiana foram entrevistadas três prostitutas na orla marítima, o local foi determinado com base na técnica de observação e na pesquisa teórica. As entrevistas foram realizadas depois das 22 horas, no local estavam algumas prostitutas, porém elas se afastaram ou optaram por não participar da pesquisa. Portanto, em Salvador apenas três prostitutas que se enquadravam no perfil definido para as entrevistadas aceitaram responder os questionamentos.

Todos os contatos foram realizados com mulheres maiores de dezoito anos, elas autorizaram a realização da entrevista verbalmente. Ao questionar se a maior parte dos clientes é turista ou residente da cidade, a entrevistada SP1 respondeu ser turista, a entrevistada SP2 informou ser residente e a entrevistada SP3 disse que altera conforme a época, pois durante as férias dos europeus, há um aumento no número de turistas sexuais, Para as prostitutas de Salvador, os turistas são brasileiros e europeus.

Das três prostitutas entrevistadas, apenas a entrevistada SP2 nunca sofreu violência por se prostituir e as outras duas sofreram, ainda relataram que não tinham a quem recorrer e não denunciaram os agressores por medo e por falta de credibilidade no trabalho policial.

O segundo destino foi Fortaleza, a pesquisa na capital cearense iniciou no dia sete de julho de 2017. Como citado no Marco Teórico, Fortaleza é um dos principais destinos de turismo sexual no mundo, além disso, também é apontado como uma das cidades que mais recebe denúncia de violência sexual. Uma das agências

selecionadas está localizada no Aeroporto Internacional de Fortaleza e as outras duas localizadas perto da Praia de Iracema. Para Bourcier (2014), a Praia de Iracema é um dos locais onde a prostituição mais ocorre na cidade.

Na capital cearense três agências de turismo receptivo foram entrevistadas, o entrevistado FA1 informou que antigamente o turismo sexual ocorria na região principalmente pelos voos charter⁹, mas depois da redução dos voos, não identificou mais a presença de turistas sexuais, o entrevistados FA2 e FA3 alegaram não ter conhecimento da prática do turismo sexual na cidade.

Ao se questionar se existem campanhas do governo que combatam a prática do turismo sexual, o entrevistado FA1 informou que atualmente não identifica nenhum tipo de campanha do governo sobre o turismo sexual, o entrevistado FA2 apontou que apenas identifica campanhas relacionadas à exploração sexual infantil e o entrevistado FA3 informou que identifica diversas campanhas do governo com envolvimento de empresários, principalmente com *folder* sobre o assunto na agência. As três agências entrevistadas alegaram que participariam de ações relacionadas ao turismo sexual, se o governo as fizesse.

No questionamento sobre o perfil do turista, o entrevistado FA1 alegou que são europeus, principalmente Italianos, porém, a chegada dos mesmos ficou mais discreta com a diminuição dos voos charter para a cidade. O entrevistado FA2 informou que são europeus, porém é muito raro recebe-los atualmente. No contato com o entrevistado FA3 também foi dito que o turista que busca a prática sexual é o europeu. Contradizendo a falta de turismo sexual na cidade.

Apesar de não estar programado, durante a pesquisa de campo em Fortaleza, foi detectado que os meios de transporte (Uber¹⁰ e Taxi) eram a alternativa ideal para conseguir informações precisas sobre os locais onde encontrar os pontos de prostituição. As agências de turismo e os meios de hospedagem informaram que não sabiam identificar os pontos de prostituição e indicaram que o contato fosse realizado com os motoristas das empresas de transporte de passageiro. Portanto, foi questionado para os motoristas os melhores locais para aplicação da entrevista e os mesmos informaram o a Praia de Iracema era o local com maior concentração de prostituição da cidade.

⁹ Transporte aéreo não regular

¹⁰ Aplicativo para transporte de passageiros

Em Fortaleza, através da observação foi possível constatar a insegurança do local, as entrevistas com as prostitutas foram realizadas após as 23 horas, pois anteriormente elas não estavam nas áreas de prostituição. Apenas três prostitutas aceitaram participar da entrevista, todos os contatos foram realizados com autorização verbal e com prostitutas de no mínimo dezoito anos.

Para o questionamento “Maior parte dos clientes é turista?” a entrevistada FP1 respondeu que não, pois se relaciona principalmente com cearenses, enquanto as outras duas entrevistadas alegaram que são turistas.

Ao questionar o país de origem dos turistas, a entrevistada FP2 informou que não sabe identificar, pois não compreende o idioma e a entrevistada FP3 informou que são principalmente espanhóis e italianos, a entrevistada FP1 alegou que atende principalmente brasileiros.

As três prostitutas alegaram que já sofreram casos de violência com os clientes, porém disseram que não denunciaram por medo e falta de suporte, depois da denuncia. Foi relatado que se elas denunciasses uma agressão, não poderiam voltar para o mesmo ponto e de qualquer maneira, a polícia não leva em consideração as denúncias delas, inclusive a entrevistada FP2 destacou a possibilidade de a polícia roubar o dinheiro de seu programa.

A pesquisa em Recife começou no dia dez de julho de 2017, para o contato com as agências, foram selecionadas duas localizadas no Aeroporto Internacional de Recife e uma localizada no bairro de Boa Viagem, segundo Parente (2014), além do bairro contar com boa infraestrutura para receber os turistas, é um dos pontos de maior prostituição da capital.

Na capital pernambucana foram entrevistadas três agências de turismo receptivo. No questionamento sobre a existência do turismo sexual na cidade dois dos agentes contatados informaram que não identificam o turismo sexual na cidade, principalmente depois da diminuição dos voos charter e o entrevistado RA3 alegou que a cidade nunca foi rota de turismo sexual. Os três agentes entrevistados informaram que não identificam campanhas do governo sobre o turismo sexual porém participariam delas caso existisse.

O perfil do turista foi, novamente, foi indicado como europeu que viajava para o Brasil de voo charter pelos entrevistados RA1 e RA2, o entrevistado RA3 disse que não sabe identificar o perfil do turista sexual, o que novamente mostra a contradição em afirmar que o turismo sexual não existe em Recife.

Na capital pernambucana foi possível perceber maior organização entre as prostitutas e mais liberdade para responder a entrevista. Portanto, diferente dos outros destinos, em Recife foram entrevistadas sete prostitutas. As entrevistas foram realizadas no bairro de Boa Viagem, comentado por suas ruas de prostituição.

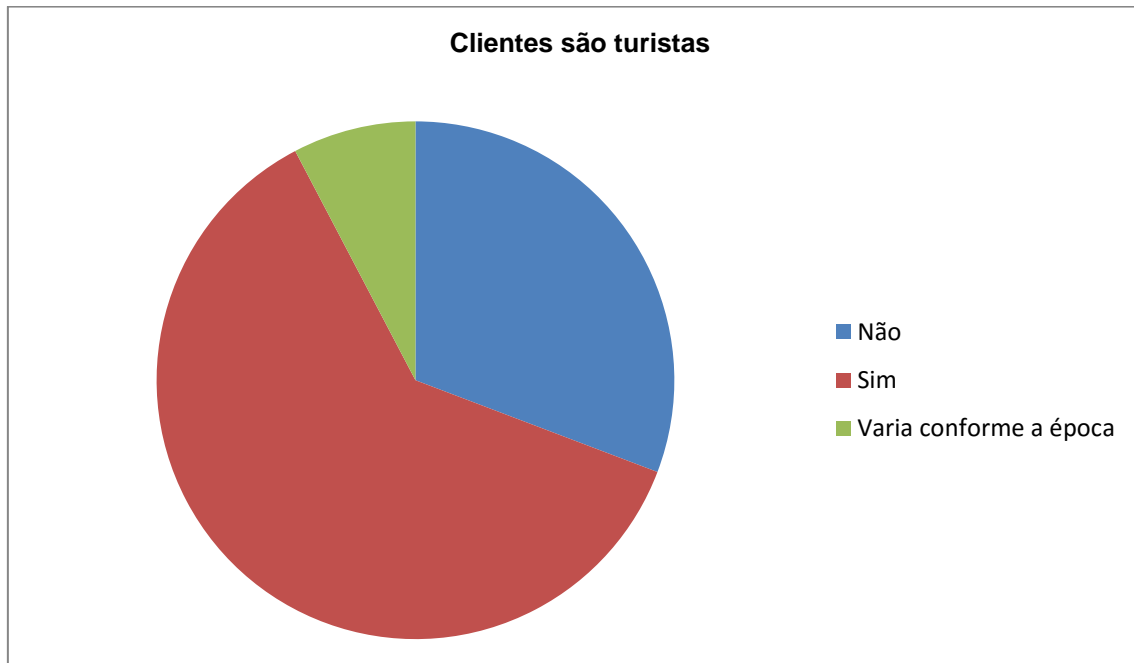
No contato com as prostitutas de Recife, foi questionado se a maior parte dos clientes é turista, das sete entrevistadas, cinco responderam que sim e apenas as entrevistadas RP1 e RP3 informaram que não. Das cinco entrevistadas que alegaram que atendem mais turistas, quatro relataram que são principalmente europeus e a entrevistada RP2 informou que nos últimos anos, a maior parte de seus clientes é do Japão. Ao perguntar sobre a etnia dos clientes, as entrevistadas RP1 e RP3 disseram que são brasileiros, a entrevistada RP2 alegou que são japoneses e as entrevistadas RP4, RP5, RP6 e RP7 informaram que são principalmente italianos e portugueses.

Sobre os casos de violência, a entrevistada RP1 informou que nunca sofreu violência, se sente segura e conhece policiais que a ajudariam se necessário, em contrapartida, no mesmo quarteirão a entrevistada RP2 informou que se sente muito insegura em seu ponto e como já está há dez anos no mercado, passou por alguns casos de violência, para essas situações ela conta com o suporte da ONG Segunda mãe¹¹ a entrevistada RP3 disse nunca ter sofrido violência, porém tem medo que algum dia ocorra. Além de toda a violência física, as entrevistadas RP4 e RP5 informaram que foram filmadas durante um programa, nuas, sem autorização e conhecimento, os clientes divulgaram o vídeo na internet, amigos e parentes das vítimas descobriram, deixando-as extremamente constrangidas e sem coragem de sair de casa por dias, porém, elas estão processando os agressores e informaram que foram tratadas com dignidade na delegacia. A entrevistada RP6 informou que evita ficar sozinha nas ruas por medo de assalto e violência, e a entrevistada RP7 alegou que está deixando a profissão em breve, principalmente pelo medo cotidiano, informando que tem certeza que entrará no carro do cliente, mas nunca tem certeza se sairá dele. As duas últimas entrevistadas também destacaram que sofreram casos de violência.

¹¹ A ONG Segunda Mãe foi citada por cinco das sete entrevistadas em Recife, porém, não foram localizadas informações sobre a mesma nos locais de busca. Conforme dito pelas entrevistadas, a ONG auxilia algumas prostitutas com questões de saúde e segurança.

Para facilitar a compreensão geral dos resultados, em seguida serão apresentados os gráficos gerais das perguntas realizadas para as prostitutas e para os agentes de viagem.

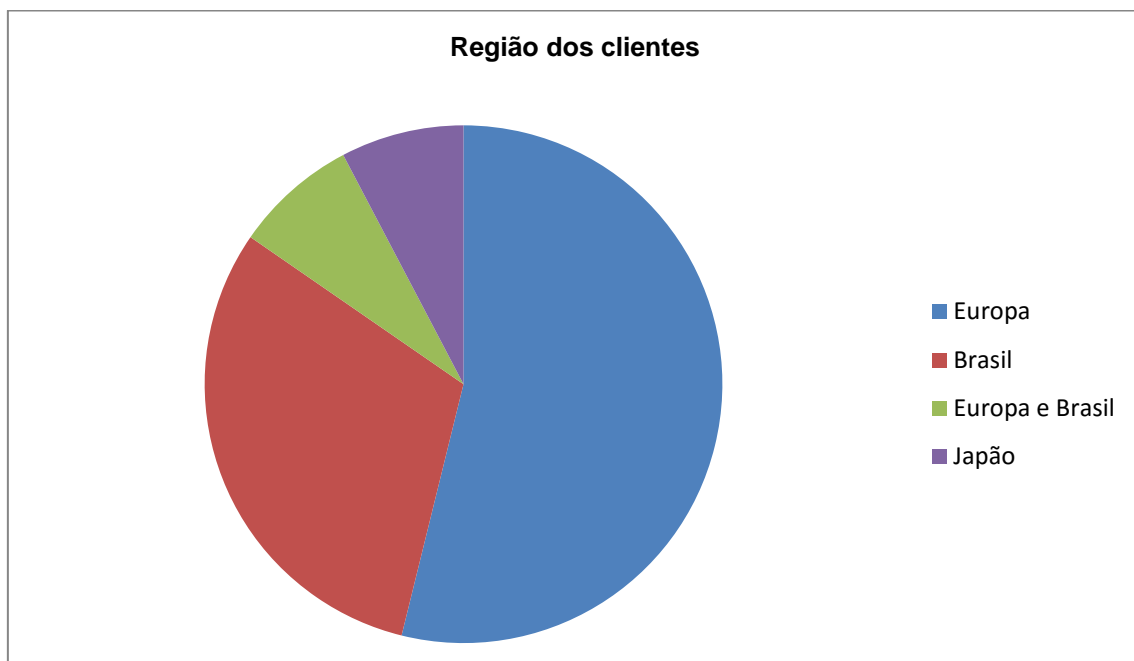
Gráfico 1 – Maior parte dos clientes é turista? Geral



FONTE: O autor (2017)

Conforme demonstrado no gráfico 1, oito prostitutas afirmaram que a maior parte de seus clientes é turista, enquanto uma informou que varia pela época do ano e quatro alegaram que atendem mais residentes da cidade.

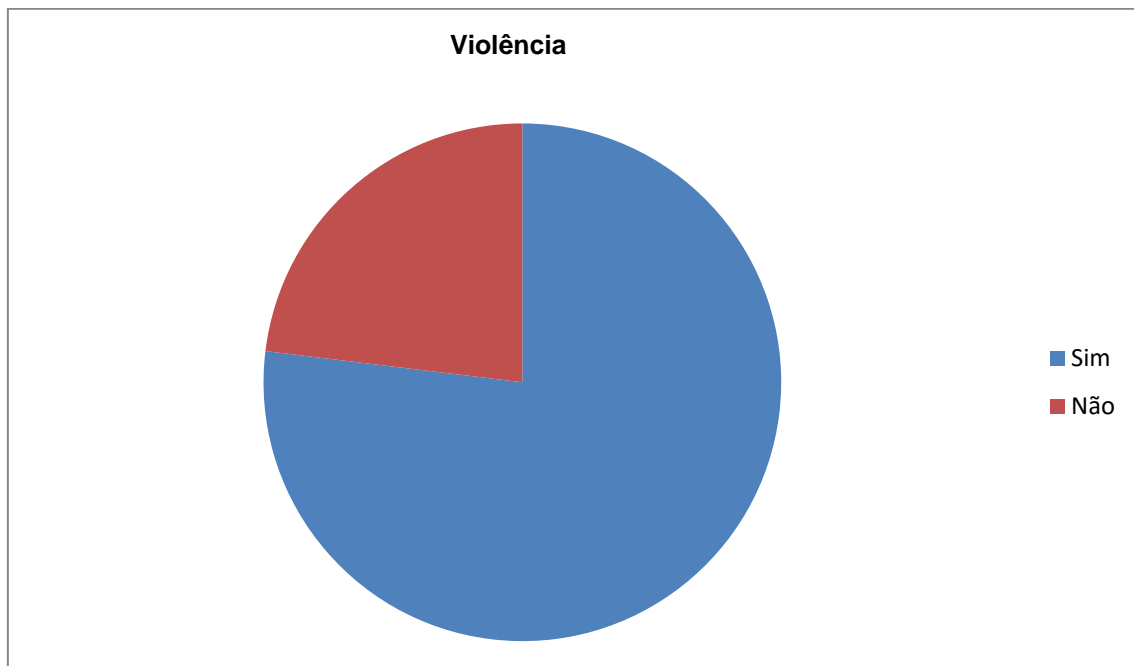
Gráfico 2 – De qual região do mundo possui mais clientes? Geral



FONTE: O autor (2017)

No questionamento sobre qual região do mundo possui mais clientes, sete informaram que são europeus, quatro prostitutas disseram que atendem mais brasileiros, uma alegou ser japoneses e outra entrevistada acrescentou que atende o mesmo número de brasileiros e europeus, como apresentado no gráfico 2.

Gráfico 3 – Sofreu algum caso de violência na prostituição? Geral

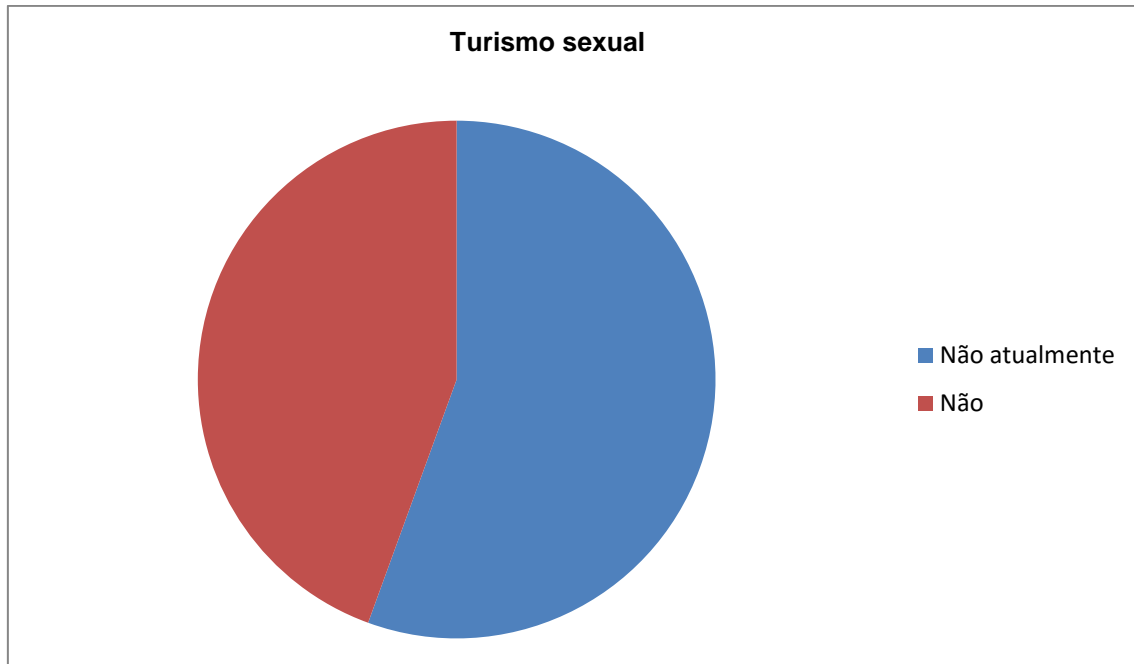


FONTE: O autor (2017)

Como demonstrado no gráfico 3, a maior parte das prostitutas já passou por algum caso de violência em seu serviço. Das treze entrevistadas, dez alegaram ter sofrido caso de violência e apenas três não.

Abaixo serão apresentadas as informações gerais das entrevistas com as agências, através dos gráficos.

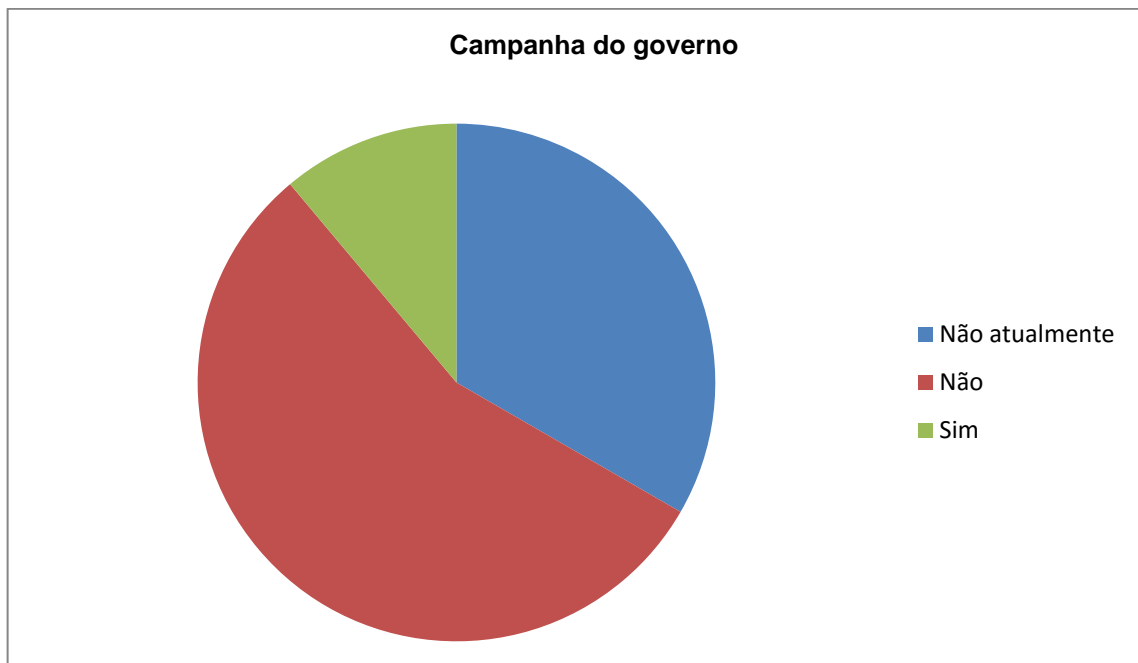
Gráfico 4 – Identifica o turismo sexual na cidade? Geral



FONTE: O autor (2017)

Como descrito no gráfico 4, os agentes de viagens não identificam o turismo sexual em suas cidades, no geral, cinco afirmaram que o turismo sexual não faz mais parte da realidade da cidade e quatro alegaram nunca ter feito.

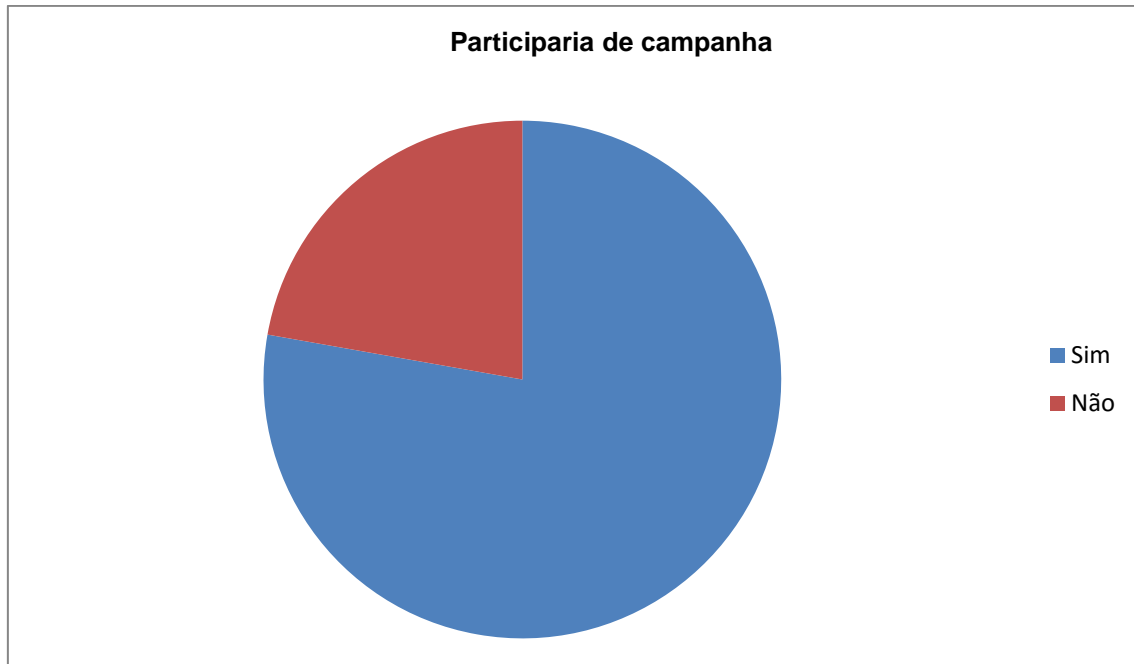
Gráfico 5 – Identifica campanhas do governo contra o turismo sexual? Geral



FONTE: O autor (2017)

Sobre as campanhas do governo com o objetivo de combater o turismo sexual nas cidades, apenas um agente as identifica, enquanto cinco nunca identificaram e três não identificam atualmente. Assim demonstrado no gráfico 5.

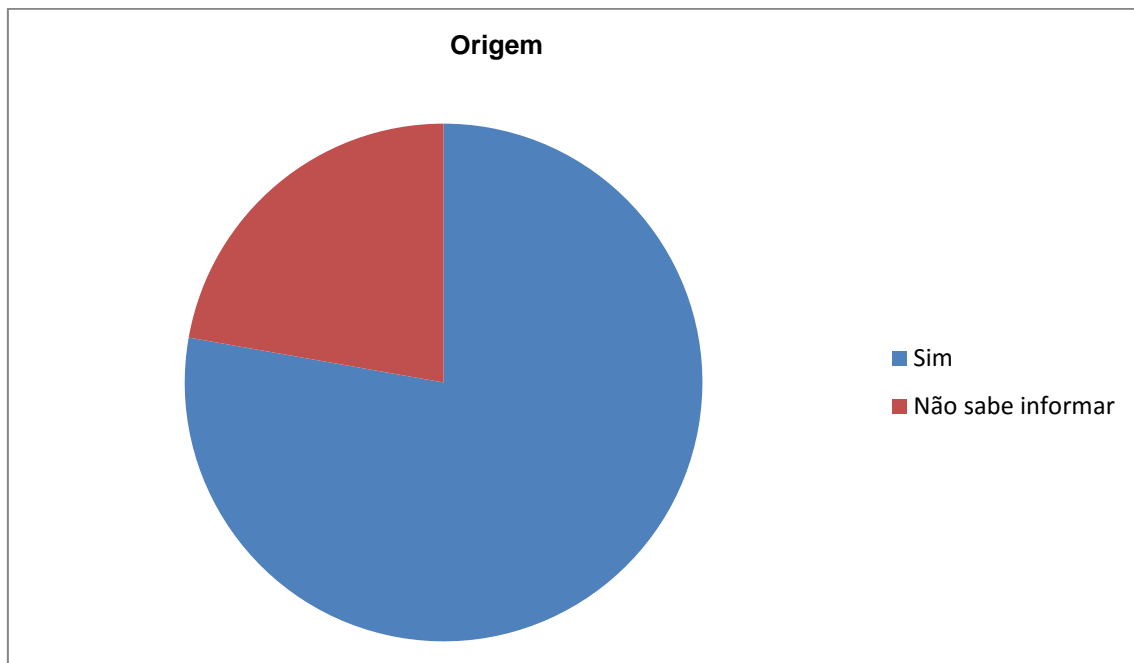
Gráfico 6 – Participaria de campanha do governo? Geral



FONTE: O autor (2017)

Apenas dois, dos nove agentes entrevistados alegaram que não participariam de campanhas de combate ao turismo sexual se as mesmas fossem realizadas, como disposto no gráfico 6.

Gráfico 7 – Origem do turista sexual, Geral



FONTE: O autor (2017)

Assim como descrito no gráfico 7, o turista sexual que viaja para o nordeste é europeu, conforme apontado pela maior parte dos agentes entrevistados, dos nove contatos realizados, sete informaram que são europeus e dois alegaram não saber informar.

4.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Por meio da pesquisa realizada foi possível identificar a falta de interesse dos agentes do setor turístico (público e privado) sobre o turismo sexual e a prostituição. A falta de retorno das secretarias de turismo dos estados selecionados, apesar das tentativas pessoalmente, por telefone e por e-mail, demonstrou a ausência de envolvimento na temática. Além disso, conforme identificado na observação e das entrevistas com as agências de turismo, o governo não realiza mais campanhas de combate à prática do turismo sexual. Os agentes de viagens, em sua maioria, alegaram que o turismo sexual não faz mais parte da realidade dos destinos, porém durante as entrevistas com as prostitutas foi constatado o inverso, sendo assim, questiona-se o posicionamento das agências em relação ao turismo sexual. Como dito pela senadora Patrícia Saboya no documentário: *Cinderelas, lobos e um príncipe encantado*, é “como se esse assunto não fosse de ninguém, como se essa responsabilidade não fosse da sociedade, então ninguém quer saber. É um drama pessoal de uma família, mas não cabe uma política de estado” (CINDERELA, 2008).

Contraditoriamente, os agentes de turismo alegaram que o turista sexual é em sua maioria Europeu, mesmo que tivesse atestado no primeiro questionamento que o turismo sexual não existia na cidade. A pesquisa bibliográfica relatava a presença do turista sexual nos três destinos informados.

A prostituição feminina de Rua em Salvador é notória, principalmente à noite na orla marítima da Cidade onde é possível observar não apenas mulheres isoladas nas esquinas de rua, mas em grande maioria em grupos, usando vestimenta variada: calça apertada, mini-saia, às vezes sem calcinha e vestidos curtos; mas cuja intenção é chamar atenção de seus clientes.

O relato de Filho (2005, p. 32) é um exemplo da divergência da visão que os agentes de turismo possuem.

Com a observação foi possível constatar que os locais de maior fluxo do turismo sexual nas três cidades eram em zonas de classe média ou alta, com bares, boates, restaurantes e meios de hospedagem. As regiões são turísticas e o envolvimento dos estabelecimentos na prostituição é nítido. Clift e Carter (2000) afirmam que o mercado do turismo está envolvido com a prostituição.

Gabrielli (2004) relata que, na maior parte das situações, o turista sexual reside em países desenvolvidos e busca viajar para países subdesenvolvidos. Assim como constatado nas entrevistas com os agentes de viagens e com as prostitutas. Em ambas, a maior parte dos entrevistados alegou que o turista sexual é europeu.

A preocupação das prostitutas em relação à segurança é visível, das treze entrevistadas apenas uma se mostrou alheia a essa questão. Em contrapartida há a necessidade do sustento e a falta de outras oportunidades. Joel Zito Araújo, em seu documentário, problematiza:

Na história daquelas que optaram pelo turismo sexual, está todo o dilema da mulher negra brasileira, não existe Estado para ampara-las e não existe sociedade para apoiar-las, todas lutam contra o desinteresse, o abandono e o racismo. Desamparadas, elas alimentam uma rede que as exploram, agências clandestinas de turismo, hotéis, pousadas, investimentos imobiliários e *night clubs* (CINDERELA, 2008).

Durante a pesquisa de campo realizada foram constatados aspectos importantes do turismo sexual e da prostituição no nordeste. Aliada ao embasamento teórico foi possível atender todos os objetivos propostos com as seguintes observações:

Objetivo geral: Identificar os impactos do turismo sexual e da prostituição nos principais destinos de entrada do Nordeste do Brasil.

O turismo sexual e a prostituição geram uma série de fatores nas cidades que o mesmo ocorre. Existe o benefício de ser uma forma de renda para mulheres que não possuem outras alternativas, porém é gerador de vários problemas. A prostituição está vinculada à violência, grande parte das prostitutas entrevistadas já passou por algum caso de violência. Os pontos de prostituição também estão aliados à locais de uso de droga, conforme percebido na observação.

A imagem que o turismo sexual causa também é um impacto, o Brasil, principalmente o nordeste, é divulgado como um polo de turismo sexual, quando o turista chega à cidade e encontra o alto fluxo de prostituição, essa imagem se torna real e ele divulga para mais pessoas, criando um ciclo. Nas cidades escolhidas, as regiões com infraestrutura turística (bares, restaurantes, atrativos turísticos e meios de hospedagem) estavam repletas de prostitutas, que em alguns momentos ficavam totalmente nuas, o que pode afastar os turistas que não estão buscando a atividade sexual.

Objetivo específico 1: Entender os diferentes tipos de turismo sexual

O turismo sexual, assim como as outras formas de turismo trata também da interação entre o turista e a comunidade local. O turismo sexual pode envolver a exploração sexual infantil, tráfico humano, exploração sexual comercial, estupro e violência, porém também pode ser realizado por meio de um relacionamento entre o

turista e a residente. Para as prostitutas há a ilusão de encontrar um amor estrangeiro que as propicie melhor condição de vida.

Objetivo específico 2: Verificar, por meio dos órgãos governamentais e das agências de turismo receptivo, as iniciativas públicas e privadas sobre a prevenção ao turismo sexual no nordeste brasileiro

Na pesquisa documental, no *site* do Ministério de Turismo e *sites* de busca não foram localizadas campanhas atuais com o intuito de combater o turismo sexual adulto nas cidades nordestinas brasileiras, apenas a exploração sexual infantil é destacada. Ao entrevistar as agências de turismo apenas uma informou que existem campanhas relacionadas ao turismo sexual, por meio de *flyers*, porém o agente não possuía um exemplar para apresentar. Os outros oito agentes alegaram que não existem campanhas do governo envolvendo as agências de turismo. Os órgãos governamentais selecionados para o envolvimento na pesquisa foram as secretarias de turismo das cidades. As secretarias não demonstraram interesse sobre o assunto, mesmo com diversas tentativas, os questionamentos não foram respondidos por nenhuma delas. Sendo assim, entende-se que não há uma iniciativa efetiva em relação ao turismo sexual no nordeste brasileiro. Como o país teve uma imagem construída por meio de campanhas que exploravam a sexualidade da mulher brasileira, é importante que os órgãos governamentais realizem materiais de divulgação que combatam essa imagem.

Os empresários do setor que foram entrevistados não demonstraram preocupação acerca do tema e não se envolvem em campanhas que combatam à prática do turismo sexual. Como o setor turístico no geral lucra com a prostituição e com o turismo sexual, é de extrema importância que o setor privado se organize buscando a redução do impacto do turismo sexual para o destino.

Objetivo específico 3: Analisar a imagem do turismo do Brasil pelos meios de divulgação.

A partir da criação da EMBRATUR e do seu envolvimento na divulgação do Brasil para o exterior, são identificados materiais de divulgação envolvendo paisagens naturais e mulheres, preferencialmente de biquíni. O instituto adotou a sensualidade da mulher brasileira em suas campanhas por muito tempo, desde a década de setenta até 1999 (GOMES, 2009). O turista estrangeiro almejado pela EMBRATUR não se interessava por conhecer o povo brasileiro em sua

singularidade, cultura e pluralidade, mas sim por consumir os tais produtos brasileiros oferecidos. Devido à disso, criou-se o entendimento de que o Brasil, além de vender suas paisagens também vendia suas belas mulheres. Tal imagem se perpetua mesmo atualmente, inúmeros turistas visitam o Brasil buscando a ideia do país que foi difundida por tantos anos e os empresários do meio continuam vendendo esta imagem, criando um ciclo.

Objetivo específico 4: Identificar o perfil do turista sexual que viaja para as cidades nordestinas

O turista que busca a atividade sexual é, em sua maioria, proveniente de países desenvolvidos, conforme verificado na pesquisa teórica. Durante a pesquisa de campo foi constatado que o turista sexual que visita as capitais nordestinas é Europeu, assim apontado pelos agentes de turismo e pelas prostitutas entrevistadas, apenas uma prostituta alegou que a maior parte dos clientes turistas que atende é do Japão.

Objetivo específico 5: Desenvolver um projeto de proteção para a prostituta, visando tratar o impacto do turismo sexual e da prostituição na imagem que o Brasil passa para o mundo.

Compreendendo os problemas que o turismo sexual gera para o Brasil, optou-se por criar um projeto que melhore as condições de trabalho das prostitutas e que possivelmente abra outras oportunidades além da prostituição para sua geração de renda. No projeto estarão envolvidos profissionais do turismo, esperando que assim eles se envolvam nos assuntos relacionados ao turismo sexual e compreendam como ele é prejudicial para o Brasil. O projeto será apresentado no próximo item.

5 PROJETO DE TURISMO

A partir das informações obtidas no referencial teórico e dos dados levantados durante a pesquisa de campo foi percebida a necessidade de criar um projeto com o objetivo de proteger as prostitutas e melhorar a condição de trabalho delas. Conforme constatado, o turismo está envolvido na prostituição, tendo em vista que além da teoria, oito entre as treze prostitutas entrevistadas alegaram que atendem mais turistas que residentes. Sendo assim, o setor do turismo pode ser apontado como um fator da prostituição, o que implica em sua responsabilidade em relação aos malefícios da prostituição.

5.1 DESCRIÇÃO DA PROPOSTA DO PROJETO

O projeto consistirá na criação de uma organização não governamental (ONG) que trate a prostituição e o turismo, envolvendo ações para o *trade* turístico e para as prostitutas. Para o Sebrae (2017) as ONGs são entidades sem fins lucrativos com o intuito de realizar serviços solidários para um público específico, elas atuam na esfera pública porém não pertencem ao Estado. No Brasil não há uma figura jurídica denominada Organização não Governamental, mas as fundações e associações privadas e sem fins lucrativos são convenientemente tratadas como ONG (ARANTES, 2015).

A sede da ONG Vida Segura será em Fortaleza, em uma única sala, localizada na Praia de Iracema, pois com a pesquisa teórica e de campo foi constatado que o local mais atingido pelo turismo sexual é a capital cearense. As ações da ONG serão, primeiramente, realizadas em Fortaleza, Salvador e Recife, confirmando a eficácia da proposta, mais destinos considerados polos de turismo sexual serão incluídos.

A Organização não governamental proposta terá o objetivo de melhorar a condição de trabalho das prostitutas, informando sobre a importância da conclusão dos estudos para aumentar a possibilidade de deixarem a prostituição, também terá como missão sensibilizar o setor turístico em relação ao impacto do turismo na prostituição e melhorar a imagem que o Brasil possui no mundo, desvinculando a prostituição da imagem do país.

As ações da Vida Seguro para o *trade* turístico serão direcionadas para a conscientização e sensibilização dos agentes do turismo sobre a prostituição, envolvendo palestras ministradas por um turismólogo e uma representante das associações das prostitutas de cada local. Os convites serão enviados para os funcionários e proprietários de estabelecimentos da cadeia do turismo, incluindo restaurantes, bares, agências de turismo, meios de hospedagem, transporte e atrativos turísticos, o envio do convite será realizado pelas associações da classe e parceiras da ONG, apresentadas no item 5.2.2 (p. 53). Na palestra serão apresentadas informações sobre os malefícios do turismo sexual, as dificuldades da prostituição, a responsabilidade do turismo na prostituição e a necessidade do envolvimento do mercado turístico nessa questão.

Os projetos relacionados às prostitutas terão o intuito de melhorar sua condição de trabalho por intermédio de ações relacionadas à saúde, educação e segurança. As prostitutas estão mais suscetíveis às doenças sexualmente transmissíveis, sendo assim, optou-se por criar um projeto que instrua as prostitutas sobre a importância da realização de exames de DST, esses exames poderão ocorrer em hospitais parceiros da ONG. Durante a realização dos exames, métodos contraceptivos serão distribuídos, por estudantes de medicina e de serviço social. Alguns graduandos de turismo também irão na data da realização dos exames para distribuir o *flyer* da ONG e explicar sobre as ações disponíveis.

Para facilitar a compreensão, as ações foram divididas em ação 1, ação 2, ação 3 e ação 4 e ação 5 e as cinco serão detalhadas a seguir:

Ação 1: Aula de defesa pessoal: A ONG oferecerá aula de defesa pessoal para que as prostitutas saibam se defender em momentos de necessidade. As aulas serão ministradas por professores de luta profissionais que já trabalham no ramo.

Ação 2: Instrução sobre a importância de exames de doenças sexualmente transmissíveis: As prostitutas serão orientadas sobre a importância da realização dos exames de DST e da prevenção dos mesmos, por meio do contato dos alunos de medicina e serviço social. Métodos contraceptivos serão distribuídos, além do *flyer* da ONG.

Ação 3: *Flyer* informativo: No *flyer* da Vida Segura constarão contatos de emergência disponíveis para auxiliar as prostitutas, como: Telefone do representante da ONG em cada cidade, telefone da delegacia da mulher e da polícia, telefone dos

hospitais com atendimento 24 horas parceiros da ONG e informações sobre as ações ofertadas pela Fundação.

Ação 4: Curso de empreendedorismo: Serão ofertados cursos profissionalizantes oferecidos pelo Sebrae.

Ação 5: Psicólogo: Por meio da ONG Vida Segura será viabilizado o aconselhamento psicológico para as prostitutas. As ações serão realizadas como um projeto de extensão com os alunos de psicologia das universidades públicas das três capitais. As consultas serão agendadas pelos discentes de turismo e ocorrerão nas salas cedidas pela universidade.

Ação 6: Palestras para o *trade* turísticos: Pela dificuldade do setor em compreender o turismo sexual e o envolvimento do turismo na prostituição serão realizadas palestras para agentes de viagens, funcionários de hotéis, pousadas, *hostels*, restaurantes e bares. Buscando sensibiliza-los sobre o assunto, além de instruí-los.

As primeiras reuniões para discussão do projeto terão duração de seis meses e seguida iniciarão os projetos das primeiras palestras e coletas de exame. Os cursos de supletivo iniciarão quando o número de matrículas alcançarem o suficiente.

Para realização do projeto estima-se utilizar pouca renda, pois é um projeto social sem fins lucrativos, nenhuma das ações terá custo para os participantes. O valor definido para implantação do projeto e manutenção de um ano é de aproximadamente noventa e cinco mil reais, conforme demonstrado na tabela 7. Espera-se conseguir esse valor com as parcerias e investimentos dos órgãos públicos e privados citados abaixo.

5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

Com o objetivo de um bom funcionamento do projeto, as etapas dele deverão ser estabelecidas e seguidas. Essas seriam: Apresentação, discussão e organização das ações, solicitação de parceria com as universidades e ministérios, seleção das zonas de funcionamento, ação do projeto e avaliação do projeto. Executando todas as etapas, espera-se garantir um produto que cumpra com seus objetivos. No item abaixo serão descritas cada etapa do projeto, o cronograma será apresentado em um quadro.

5.2.1 Descrição das Etapas para a Execução do Projeto

Etapa 1: Apresentação, discussão e organização das ações: Na etapa 1, o projeto será apresentado pelas reuniões, em cada uma das cidades escolhidas. Na primeira reunião será proposta aos professores dos cursos de turismo um projeto de extensão. Nas reuniões seguintes os resultados da pesquisa, os objetivos e necessidades do projeto serão demonstrados. Os convidados de Salvador serão: secretário de turismo da cidade, professores do curso de turismo da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), representante da Associação das prostitutas da Bahia (ASPROSBA). No evento de Fortaleza, serão convidados os professores do curso de turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), o secretário de turismo e as representantes da Associação das Prostitutas do Ceará (APROCE). Para o evento de Recife também será convidado o secretário de turismo da cidade, as representantes da Associação Pernambucana de Profissionais do Sexo (APPS) e os professores do curso de turismo da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Após a realização das primeiras reuniões, serão convidados os outros envolvidos, como: estudantes do curso de turismo, medicina, enfermagem, serviço social e psicologia e os secretários de saúde, educação e segurança pública da cidade, para se reunirem aos primeiros convidados. Serão realizadas três reuniões em cada cidade antes do início do projeto para apresentá-lo.

Etapa 2: Solicitação de parceria com as universidades e secretarias: Depois de definir, na reunião com os envolvidos, como o projeto serão realizadas propostas de parceria para os ministérios da saúde, educação e turismo e também com as universidades: Universidade do Estado da Bahia, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará e Universidade Federal de Pernambuco. As três universidades foram escolhidas, pois são públicas e possuem graduação em turismo.

Etapa 3: Seleção das áreas de funcionamento do projeto: Para concretização do projeto, será necessário definir os locais onde ele ocorrerá, por meio do mapeamento da região escolhida. Alguns hospitais e laboratórios de exames próximos dos locais de prostituição serão apresentados para as prostitutas, para que busquem auxílio nestes locais em caso de necessidade. As palestras para os agentes do turismo e as palestras de segurança serão realizadas em salas cedidas pelas universidades públicas.

Etapa 4: Criação dos materiais envolvidos nas ações: Na quarta etapa serão criados os materiais que serão utilizados nas ações da ONG. Os assuntos das palestras de segurança e conscientização serão definidos e os *slides* serão criados. Os *flyers* que serão entregues para as prostitutas também serão desenvolvidos nesta etapa.

Etapa 5: Ação do projeto: Após a definição dos locais e das parcerias, o projeto iniciará sua ação. Os alunos de turismo, serviço social e medicina visitarão as prostitutas e durante a visita distribuirão métodos contraceptivos (camisinha e anticoncepcional) e enfatizarão a necessidade de utilização deles. Juntamente será distribuído o *flyer* com contatos importantes para as prostitutas e as mesmas serão convidadas para as palestras de segurança. Para as prostitutas que se interessarem, serão informados os cursos profissionalizantes ofertados pelo Senac, os alunos de turismo auxiliarão na matrícula das prostitutas nos cursos.

Etapa 6: Avaliação do projeto: Para avaliar se o projeto está atingindo seu objetivo, a cada seis meses, durante as palestras de segurança, os alunos e professores de turismo conversarão com as prostitutas e receberão seu retorno sobre as ações. Os agentes que participarem das palestras também serão ouvidos para controlar se o projeto está cumprindo seus objetivos. O aumento do número de participantes dos cursos profissionalizantes será adotado como critério para analisar se o projeto está alcançando seus objetivos.

Quadro 4: CRONOGRAMA DO PROJETO DE TURISMO

	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	Etapa 5	Etapa 6
Mês 1	X					
Mês 2	X	X				
Mês 3		X				
Mês 4		X	X			
Mês 5				X		
Mês 6					X	
Mês 7					X	
Mês 8					X	
Mês 9					X	
Mês 10					X	
Mês 11					X	
Mês 12					X	X

FONTE: O autor (2017)

No quadro 4 é apresentado o cronograma do projeto, como demonstrado, nos meses iniciais serão realizadas as reuniões para definição dos detalhes do funcionamento do projeto e os contatos para parceria com as universidades e ministérios. Posteriormente será iniciado o mapeamento e definições dos lugares onde as ações ocorrerão, posteriormente os materiais serão criados e então as ações iniciarão.

5.2.2 Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa

Os profissionais envolvidos no projeto serão: Docentes e discentes dos cursos de turismo de universidades públicas que participarem do projeto de extensão. Eles terão como funções: contribuir no planejamento das visitas para realização de exames, distribuição de métodos contraceptivos e *flyers*, agendamento e ministração de palestras para o *trade*, e coordenação das matriculas do curso de supletivo e entrevista para avaliação do projeto; Alunos de medicina, psicologia e serviço social das universidades públicas serão responsáveis, também, pela organização das palestras para as prostitutas e para instruí-las sobre os assuntos necessários; Um designer gráfico também será contratado para desenhar a marca da ONG e o *flyer*. A seguir serão descritos os recursos humanos de cada etapa.

Etapa 1: Apresentação, discussão e organização das ações: Na etapa 1 apenas a pesquisadora e os discentes do curso de turismo participarão, tendo como convidados os representantes das secretarias do turismo e das associações de prostitutas, sendo: Associação das prostitutas do Ceará, Associação das profissionais do sexo de Pernambuco e Associação das prostitutas da Bahia. A pesquisadora e os professores estarão incumbidos de apresentar o projeto, discuti-lo, conseguir o repasse de verba e o apoio do ministério do turismo, além de conquistar a confiança das representantes da associação das prostitutas, para então iniciar a organização das ações. Em Fortaleza, será contratado um turismólogo e um contador para administrar a ONG.

Etapa 2: Solicitação de parceria, apoio e financiamento: Nesta etapa estarão envolvidos os docentes e discentes dos cursos de turismo, com a função de conseguir parceria com as secretarias de educação, saúde, segurança pública e turismo, Ministério de Turismo, Senac, Universidade do Estado da Bahia, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará e Universidade Federal de Pernambuco. Também buscarão apoio e patrocínio com a Associação Brasileira das

Agências de Viagens (ABAV), Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR) e *Conventions and Visitors Bureau* de cada cidade.

Etapa 3: Seleção das áreas de funcionamento do projeto: Na terceira etapa estarão envolvidos os docentes e discentes dos cursos de turismo das universidades públicas em parceria com um funcionário da secretaria de saúde.

Etapa 4: Criação dos materiais envolvidos nas ações: Para criação da logo da ONG e do *flyer* informativo, será contratado um designer gráfico de Fortaleza. Os conteúdos e matérias das palestras para o *trade* turístico e de segurança serão desenvolvidos pelos alunos e professores de turismo, com auxílio da pesquisadora.

Etapa 5: Ação do projeto: Em cada ação dos projetos estarão envolvidos como recursos humanos:

Ação 1: Palestras de segurança: Professor de luta de autodefesa serão voluntários da ONG, ministrando uma aula a cada trimestre em cada cidade definida.

Ação 2: Exames de doenças sexualmente transmissíveis: Na ação 2 farão parte do corpo de funcionários três médicos e nove enfermeiros, cedidos pelas secretarias de saúde, além dos alunos de medicina e serviço social das universidades públicas de cada cidade.

Ação 3: *Flyer* informativo: Designer gráfico para desenvolver e os alunos de turismo para entrega-los.

Ação 4: Cursos profissionalizantes: Os cursos técnicos serão organizados em parceria com o SENAC. Os alunos do curso de turismo serão responsáveis pelas matrículas das prostitutas que se interessarem.

Ação 5: Acompanhamento psicológico para as prostitutas: As consultas serão realizadas pelos alunos de psicologia das universidades públicas como projeto de extensão.

Ação 6: Palestras para o *trade* turístico: Nesta ação apenas os professores e alunos de turismo estarão envolvidos. Os discentes serão responsáveis por convidar os participantes e as representantes das associações das prostitutas. Os professores, com auxílio da pesquisadora, escolherão os temas das palestras, criarão seus conteúdos e as apresentarão para os convidados.

Etapa 6: Avaliação do projeto: A avaliação será realizada pelos discentes e docentes do curso de turismo, eles conversarão com as prostitutas para verificar se

acreditam que o projeto é válido e se ações estão melhorando sua forma de trabalho. O controle do projeto acontecerá no final de cada semestre.

5.2.3 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa.

No presente item serão descritos os orçamentos e desembolsos provenientes do projeto. A criação do projeto implica em gastos com a contratação de funcionário, contas mensais, aquisição de bens. Os valores foram estimados baseados na consulta em documentos e *sites*, as referências dos valores estarão nas tabelas abaixo.

Quadro 5: DESPESAS INICIAIS

Item	Quantidade	Valor	Referência de preço
Notebook	1	R\$1900,00	Lojas Americanas ¹²
Telefone	1	R\$70,00	Lojas Americanas ¹³
Projektor	1	R\$270,00	Lojas Americanas ¹⁴
Pincel para quadro branco	9	R\$90,00	Lojas Americanas ¹⁵
Flyer	3000	R\$186,00	Printi ¹⁶
Estatuto Social e ata de fundação (honorário advocatício)	5 horas	R\$1500,00	Um jornalismo social ¹⁷
Abertura de CNPJ	1	R\$800,00	Um jornalismo social
Registro da Associação na Prefeitura	1	R\$500,00	Um jornalismo social
Taxa de Fiscalização de Estabelecimentos	1	R\$130,00	Um jornalismo social
Total		R\$5176,00	

FONTE: O autor (2017)

¹² https://www.americanas.com.br/produto/132113648?pfm_carac=notebook&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page%20

¹³ https://www.americanas.com.br/produto/108963132?cor=PRETO&pfm_carac=telefone&pfm_index=0&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page%20

¹⁴ https://www.americanas.com.br/produto/13553479/projetor-portatil-uc40-hdmi?pfm_carac=projektor&pfm_index=2&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page%20

¹⁵ https://www.americanas.com.br/produto/22518176/pincel-para-quadrobrancopilotwbmarecarregavel-kit3cores?pfm_carac=pincel%20quadro%20branco&pfm_index=12&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page%20

¹⁶ <https://www.printi.com.br/configuracao-flyer>

¹⁷ : <https://umjornalismosocial.wordpress.com/2015/04/08/e-muito-caro-abrir-uma-ong-e-muito-caro-manter-a-estrutura-de-uma-ong/>

Não foram localizados dados específicos do custo de abertura da empresa em Fortaleza, portanto as informações foram adaptadas.

Mesmo que os custos burocráticos para abertura de uma Organização não governamental sejam reduzidos, eles existem, conforme apresentados no quadro 5. No quadro também foram dispostos os bens duráveis que serão comprados para instalação da ONG Vida Segura. O imóvel alugado será mobiliado, portanto não há necessidade de comprar móveis. A princípio serão impressas três mil unidades do *flyer* informativo, mil para cada cidade, conforme necessidade, mais impressões serão realizadas. O valor total das despesas iniciais para a abertura da ONG é de R\$5176,00.

Quadro 6: DESPESAS MENSAIS

Item	Quantidade	Valor	Referência de preço
Aluguel e condomínio de sala mobiliada	1	R\$1130,00	Imobiliária Viva Real ¹⁸
Conta de telefone	1	R\$160,00	Melhor escolha ¹⁹
Conta de água e luz	1	R\$110,00	Casa Grande ²⁰
Conta de internet	1	R\$95,00	Custo de vida ²¹
Salário turismólogo	1	R\$1893,75	Sine ²²
Honorários do contador	1	R\$3766,12	Sine ²³
Total		R\$7154,87	

FONTE: O autor (2017)

As contribuições trabalhistas e impostos não estão inclusas nas despesas informadas.

As despesas mensais da Vida Segura serão baixas, pois a sede da ONG será apenas uma sala. A soma dos gastos mensais por um ano é de R\$85.858,44.

Quadro 7: Despesas por etapa

Etapa 1			
Item	Quantidade	Valor total	Referência de valor
Passagem	4	R\$1800,00	Skyscanner ²⁴

¹⁸ <https://www.vivareal.com.br/imovel/sala-comercial-praia-de-iracema-bairros-fortaleza-35m2-aluguel-RS1100-id-65934293/>

¹⁹ <https://melhorescolha.com/telefone-fixo/fortaleza-ce/>

²⁰ <http://www.casagrandenetimoveis.com.br/blog/como-calcular-o-valor-de-agua-e-luz/>

²¹ <http://www.custodevida.com.br/ce/fortaleza/>

²² <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-turismologo>

²³ <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-contador>

²⁴ <https://www.skyscanner.com.br>

pesquisadora			
Etapa 4			
Item	Horas	Valor total	Referência de valor
Designer gráfico	26	R\$780,00	Choco La Design ²⁵
Etapa 5 – Ação1			
Item	Quantidade	Valor total	Referência de valor
Ajuda de custo para a prostituta que for ministrar a palestra	12	R\$600,00	Não há referência de valores
Total		R\$3180,00	

FONTE: O autor (2017)

As etapas 2, 3 e 6 não terão despesas além das informadas nos quadros 5 e 6, portanto não constam neste último quadro. Para obter o valor necessário para concretizar a criação das ONGs serão solicitadas parcerias, investimentos e apoio, entendendo que o tema abordado pela ONG é de dever público e dos empresários do meio turístico.

O custo da hora do designer gráfico poderá variar, assim como o número de horas para o desenvolvimento dos materiais. O número de prostitutas que receberão a ajuda de custo de R\$50,00 para se locomoverem até o local da palestra será doze, pois será realizada uma palestra por trimestre em cada uma das três cidades.

Para definir o valor total do projeto, o valor dos gastos mensais foi multiplicado por doze (período de um ano) e somado ao valor das despesas iniciais com as despesas por etapa. Sendo assim, o valor total do investimento é R\$94.485,00

A Vida Segura será inscrita em editais públicos e privados com envolvimento em ações sociais visando a captação de recursos necessários para sua implementação.

5.2.4 Avaliação do retorno do investimento

O projeto de turismo visará melhorar a imagem que o Brasil propaga para o mundo, ao conscientizar o *trade* turístico e diminuir o número de prostitutas na rua, além de buscar melhor condição de trabalho para as prostitutas. Todas as ações serão oferecidas gratuitamente, sem cobrança para os serviços, portanto não será um projeto com retorno de investimento financeiro. Conforme apontado pelo Sebrae

(2017), as ONGs são entidades sem fins lucrativos. Todo o valor arrecadado com os apoios e investimentos serão destinados para as despesas da Vida Segura.

Os parceiros públicos e privados da ONG serão mencionados no *flyer* e destacados em todas as ações realizadas, para que imagem da marca seja ligada à realização de ações sociais

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do embasamento teórico, foi possível perceber que a imagem do Brasil no exterior tem relação com o turismo sexual. Isso se fez pelo histórico de como o país se divulgava para atrair turistas, sempre destacando a beleza da mulher brasileira. Essa visão vem de longo tempo e se perpetua até hoje, como demonstrado nas figuras apresentadas no trabalho.

Os objetivos geral e específicos foram solucionados, baseados na pesquisa teórica e na pesquisa realizada em campo. Buscando solucionar o problema proposto, de como conscientizar os agentes sociais sobre os impactos do turismo sexual e da prostituição no Nordeste, propõe-se a criação de uma organização não governamental, que ofereça palestras para o *trade* turístico, com assuntos que os faça compreender o impacto do turismo na prostituição e o impacto da prostituição em inúmeros problemas do Brasil. Com as palestras, é esperado que agentes do turismo deixem de vender viagens para possíveis clientes que são turistas sexuais e também que parem de reproduzir que um dos atrativos do Brasil é a mulher. Buscando propiciar melhores condições de trabalho para as prostitutas foi proposto que a ONG Vida Segura, também realize ações que cuidem de sua saúde, principalmente em relação às doenças sexualmente transmissíveis e de sua segurança.

O estudo acadêmico sobre o turismo sexual e suas variáveis é de extrema importância para conscientizar o *trade* turístico da influência do turismo no mercado do sexo, além de buscar reduzir os impactos negativos da prostituição para a população, para o turismo e para as próprias prostitutas.

A pesquisa bibliográfica também aponta o impacto da desigualdade social na prostituição, pois na maior parte dos casos, as prostitutas fazem parte de uma população carente, sem outras possibilidades de renda (FEIJÓ ; CALAZANS, 2011). Em contrapartida, o turista que viaja para o Brasil geralmente é proveniente de países desenvolvidos da Europa e com certo recurso financeiro (GABRIELLI, 2004) mesmo que não necessariamente de classe alta (CINDERELA, 2008).

O turismo como um fator de desenvolvimento da prostituição ficou evidente, tanto na pesquisa bibliográfica quanto nas entrevistas realizadas na pesquisa de campo. Dessa forma, é importante que o mercado turístico se envolva com o assunto, porém o setor público e privado demonstram baixa preocupação com o

assunto. Buscando campanhas do Ministério do Turismo em relação ao turismo sexual só foram encontrados materiais relacionados à exploração sexual infantil. No contato dos agentes de viagens a maior parte alega que não existem mais campanhas relacionadas ao turismo sexual. Sendo assim, foi identificada a necessidade de envolver os estudantes e professores do curso de turismo das universidades públicas dos locais pesquisados, pois em contato com as prostitutas estes futuros profissionais compreenderão a responsabilidade do turismo na prostituição e a necessidade de reparação destes danos. Como as universidades serão do setor público, almeja-se despertar a atenção dos responsáveis para a necessidade de melhorar as condições de trabalho das prostitutas. É esperado que o Ministério do Turismo, além de não aceitar campanhas que divulguem a mulher brasileira como atrativo, realize campanhas sobre o turismo sexual e seus efeitos, levando em consideração a importância dele na imagem que o Brasil propaga para o exterior.

Por meio da pesquisa foi possível compreender que o turista sexual compra a imagem de que o Brasil é o país do sexo fácil (PISCITELLI, 2001), pois o mercado continua o divulgando assim. Com as palestras de conscientização para o *trade* turístico é esperado que se sensibilizem em relação às prostitutas e evitem vendê-las de forma pejorativa, compreendendo os malefícios do turismo sexual, assim, espera-se que cada vez mais os empresários do setor deixem de explorar essa prática e de ligar a imagem do Brasil à prostituição apenas visando a atração de mais visitantes.

Outra questão importante percebida pesquisa é a insegurança que as prostitutas sentem ao exercer sua profissão, estando totalmente expostas. Até mesmo a polícia, que deveria garantir a segurança de toda a população, não tranquiliza essas mulheres, pelo contrário, no contato foi relatado o inclusive o medo e desconfiança que sentem dos policiais. Não há uma maneira efetiva de protegê-las, principalmente de seus clientes, portanto conclui-se que o ideal é possibilitar às prostitutas as condições para concluírem seu estudo e assim concorrerem à bons empregos, com salários justos, dessa forma terão a possibilidade de deixar a prostituição por uma vida mais segura. A ONG oferecerá palestras sobre segurança, com o intuito de reduzir seus impactos.

A bibliografia restrita dificultou a execução da pesquisa, porém, a real limitação do trabalho foi a falta de segurança durante a pesquisa de campo. Os

locais onde a prostituição ocorrem são violentos e perigosos, em diversos momentos ações agressivas foram percebidas pela pesquisadora, assim como o uso de droga e roubo. Algumas prostitutas se mostraram contra a realização da pesquisa e reagiram de forma hostil, o que dificultou a realização de contato com mais mulheres.

Sendo assim, conclui-se reiterando a necessidade de que os pesquisadores de turismo estudem o tema, buscando, também, a redução do impacto do turismo sexual. A bibliografia do turismo sexual ainda é restrita, sem dados exatos sobre o fenômeno, o que dificulta a execução da pesquisa e a compreensão do próprio assunto. Porém, pela falta de material, muitas vertentes do tema ainda podem ser estudadas e novas conclusões apresentadas. É importante que estudos sejam feitos sobre os fatores que levam as mulheres à prostituição, a motivação do turista sexual que viaja para países periféricos, o envolvimento do setor do turismo com a prostituição, a imagem que os estrangeiros possuem do Brasil e como foi início do turismo sexual. Com tal material será possível compreender de maneira mais correta o turismo sexual.

REFERÊNCIAS

- ALFONSO, Louise Prado. **EMBRATUR: formadora de imagens da nação brasileira**. 2006.
- ALVES, Zélia Mana Mendes Biasoli; SILVA, Maria Helena GF. Análise qualitativa de dados de entrevista: uma proposta. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, n. 2, p. 61-69, 1992.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2002.
- ARANTES, Bruno Otávio. ORGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAL. **Universidade do Estado de Minas Gerais**, p. 295. 2015.
- BADARÓ, Rui Aurélio. **Direito do turismo: história e legislação no Brasil e no exterior**. São Paulo: Senac, 2003.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Papirus Editora, 2006.
- BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva**. Aleph, 2002.
- BOURCIER, Nicolas. **Fortaleza, ville carrefour du tourisme sexuel**. Paris: Lemonde, 2014
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Disque denúncia nacional**. 2010. Disponível em: <http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/pair/cartilha_disque_100.pdf>. Acesso: 20 de abril 2017.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo lança campanha contra exploração sexual**. 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2017/02/turismo-lanca-campanha-contra-exploracao-sexual>>. Acesso: 23 de maio de 2017.
- BRASIL. Secretária de direitos humanos. **Turismo lança campanha contra exploração sexual**. 2010. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2017/02/turismo-lanca-campanha-contra-exploracao-sexual>>. Acesso: 23 de maio de 2017.
- CALAÇA, Eduardo B. S.. **MÍDIA, INCLUSÃO SOCIAL E CIDADANIA: uma leitura crítica sobre o Turismo Sexual na Mídia**. Dissertação de Graduação, Maceió – Al, UFAL - Universidade Federal de Alagoas, 2007.

CANTALICE, Tiago. Feminismo, mercado de sexo e turismo: reflexões sobre as múltiplas faces e interpretações do sexo mercantil. **Bagoas-Estudos gays: gêneros e sexualidades**, v. 2, n. 03, 2012.

CASEMIRO FILHO, Francisco. **Contribuições do turismo à economia brasileira**. 2002. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo.

CASTRO, Celso Antonio Pinheiro de. **Sociologia aplicada ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2002.

CEARÁ (Estado). Secretaria de turismo. **Indicadores turísticos**. Disponível em <www.setur.ce.gov.br/index.php/estudos-e-pesquisas> Acesso: 03 maio de 2017.

CHAGAS, Marcio M. Imagem de destinos turísticos uma discussão teórica da literatura especializada. **Revista Turismo Visão e ação – Eletrônica**, v.10, n.03, P. 435, set/dez. 2008.

CHIA, C. **Autonomy in language learning the use of IT and internet resources**. Singapore; MC Graw Hill. 2007.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil – Mito Fundador e Sociedade Autoritária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CINDERELAS, Lobos e um Príncipe Encantado. **Direção de Joel Zito Araújo**. Rio de Janeiro: Luis Carlos de Alencar, 2008.

CLIFT, Stephen; CARTER, Simon. **Tourism and sex: Culture, commerce and coercion**. Cengage Learning EMEA, 2000.

CORREA, M. **Sobre a invenção da mulata**. In: Cadernos Pagu, 6-7, 1996, p. 33-50.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnica**. São Paulo: Futura, 1998.

EMBRATUR. **Boletim de Imprensa EMBRATUR**, n. 18. Dezembro, 1987

ENLOE, C., Bananas, Beachs and Bases: **Marketing Feminist Sense of International Politcs**. Berkley; University of California Press, 1990.

FEIJÓ, Fernando Carrazedo; CALAZANS, Flávio Mário de Alcântara. **A imagem internacional do turismo sexual no Brasil: o “prostiturismo” no marketing turístico**. 2011. 27 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação, Unesp/cásper Líbero, São Paulo.

FORTALEZA. **Anais da Câmara municipal de Fortaleza**. Comissão parlamentar de inquérito que investiga a prática de turismo sexual em Fortaleza. Câmara municipal, 2002.

GABRIELLI, Cassiana. **O paraíso terreal não é cá, é lá: o turismo sexual em Salvador/BA**. 2011.

GASPAR, Maria Dulce. **Garotas de programa: prostituição em Copacabana e identidade social**. Zahar, 1988.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Bruno Martins Augusto. **Política de regionalização do turismo em Minas Gerais: uma análise sob a ótica dos custos de transação**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2006.

GOMES, Mariana Selister. Dimensões simbólicas do turismo sexual. **Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero**, v. 8, 2008

GOMES, Mariana. **Marketing Turístico e Violência contra as Mulheres: (des)(re)construções do Brasil como um Paraíso de Mulatas**, Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil, 2009.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Thomson, 2002.

INSTITUTO WINROCK INTERNACIONAL. **Pesquisa sobre tráfico de crianças e adolescentes para fins de exploração sexual no estado da Bahia**. Relatório Final. Salvador, 2008.

JOPPE, M. MARIN, D. W.; WAALEN, J. Toronto's image as a destination: A comparative importance-satisfaction analysis by origin of visitor. **Journal of Travel Research**, Boulder, v.39, n.3, p. 252-260, 2001.

KAJIHARA, Kelly Akemi. A IMAGEM DO BRASIL NO EXTERIOR: Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até 2008. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 5, n. 3, 2011.

KEMPADOO, Kamala; GHUMA, Ranya. For the children: Trends in international policies and law on sex tourism. **Oxford: Rowman and Littlefield**, 1999.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Impactos socioeconômicos do turismo**. São Paulo: Revista de administração, 1998.

LEHMANN-CARPZOV, Ana Rosa. **Turismo e Identidade**: Construção de Identidades Sociais no Contexto do Turismo Sexual entre Alemães e Brasileiras na Cidade do Recife. Dissertação de Mestrado em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco, Recife - PE, 1994.

LIBÓRIO, Renata Maria Coimbra; SOUSA, Sônia Gomes. **A exploração sexual de crianças e adolescentes no Brasil**. São Paulo: Helenwinkler, 2004. 340 p.

LOPES, J. C. O turismo e o desenvolvimento regional do Norte e Nordeste. **Informações Fipe**, n. 120, p. 15-17, 1990.

MARINHO, Marcela Ferreira. **Turismo Sexual**: Análise dos contextos acerca da teoria da Representação Social, 2008.

MARQUEZ, Aniele da Silva. **A “invisibilidade” de crianças e adolescentes no contexto do turismo sexual em salvador**. 2009.

MARQUEZ, Aniele da Silva; PINHO, José Antônio Gomes de. Turismo e Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes em Salvador, Bahia: o Estado, a sociedade e a realidade ignorada. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 25, n. 3, p. 552-579, 2014.

MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração, São Paulo**, v. 1, n. 3, p. 2, 1996.

OMT, Organização Mundial do Turismo. **Declaração da OMT sobre a prevenção do turismo sexual organizado**. 1995. Disponível em: <www.apramp.org/upload/doc25_DECLARACIONOMT.doc> Acesso 02 maio 2017.

OMT, Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OMT, Organização Mundial do Turismo. **Tourism Highlights**. 2016. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf>, Acesso 22 de maio de 2017.

OPPERMANN, Martin. Sex tourism. **Annals of tourism research**, v. 26, n. 2, p. 251-266, 1999.

OURIQUES, Helton Ricardo. Um breve panorama sobre o desenvolvimento do turismo nas periferias do capitalismo. **Turismos e hospitalidade na região metropolitana de Florianópolis**. p. 17, 2007.

PARENTE, Luciana Rachel Coutinho. As relações do turismo com a prostituição feminina de rua em Recife, Pernambuco-Brasil: permanências e transformações na dinâmica socioespacial. **Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, v. 18, 2014.

PÉREZ-NEBRA, Amalia Raquel; ROSA, Cléria Juliana. As novas estratégias de promoção do Brasil no exterior: estudo de caso. *Turismo em Análise*, São Paulo, v. 19, n.3, p. 450-471, 2008.

PISCITELLI, Adriana. **El tráfico del deseo**: interseccionalidades no marco do turismo sexual no Nordeste do Brasil. 2003. 29 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Filosofia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

PISCITELLI, Adriana. **Entre a prostituição e os namoros de verão**. Gênero e sexualidade no contexto do turismo internacional, em Fortaleza. Relatório parcial de pesquisa apresentado à Fapesp, 2001.

PRIBERAM, "prostituição", in **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**, 2008-2017, <www.priberam.pt/dlpo/prostitui%C3%A7%C3%A3o> Acesso em 10 abril 2017.

RABAHY, Wilson Abrahão. **Turismo e desenvolvimento**. Editora Manole Ltda, 2003.

RIBEIRO, Fernando Bessa; SACRAMENTO, Octávio. Sexo, amor e interesse entre gringos e garotas em Natal. **Cronos**: Revista do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da UFRN. v. 7, n. 1, Natal: EDUFRN, 2006.

SAAB, W.G.L. Considerações sobre o desenvolvimento do setor de turismo no Brasil. **BNDES Setorial**, n.10, p.285-312, set. 1999.

SANTOS, R.; GAYER, P. **Imagens de um País**: da mestiçagem à “Marca Brasil”. In: *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 29, 2006, Brasília. São Paulo: Intercom, 2006.

SEBRAE. **O que é uma Organização Não Governamental (ONG)?** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-organizacao-nao-governamental-ong,ba5f4e64c093d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 18 out. 2017.

SILVA, Ana Paula da; BLANCHETTE, Thaddeus. **“Nossa Senhora da Help”**: sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana. 2005. 32 f. Tese (Doutorado) Curso de Turismo, Ufrj, Rio de Janeiro, 2005.

SILVA, Mario Bezerra da. Profissionais do sexo e o Ministério do Trabalho. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XI, n. 59, nov 2008. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5233>. Acesso em 12 de maio 2017.

SILVA, Tatiana Amaral; ÁVILA, Marco Aurélio. Turismo sexual e exploração sexual infantil: uma análise da atuação do programa sentinela em Ilhéus. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Santa Cruz, v. 1, n. 8, p.185-193, 2010.

SILVA, Tatiana Amaral. **Turismo sexual, prostituição e gênero: uma discussão teórica**. 2007.

SOUZA, Romênia Oliveira de. As políticas públicas de turismo no Brasil e no Ceará entre 1990-2010 e suas contribuições para o desenvolvimento econômico e social. **Cadernos de Cultura e Ciência**, v. 12, n. 2, p. 116-132, 2013.

SOUZA, Poema Isis Andrade et al. O Setor De Turismo Na Região Nordeste: Medidas E Impactos A Partir Da Matriz Insumo-Produto Inter-Regional. In: **Anais do XLIII Encontro Nacional de Economia**. ANPEC-Associação Nacional dos Centros de Pós graduação em Economia, 2016.

STAEBLER, **Turismo y Prostitución infantil**. ECPAT, Stocolma, 1996.

TRUONG, T. D. **Sex money and morality: Prostitution and Tourism in Southeast Asia**. London: Zed Books.

ZARDO, Eduardo Flávio. **Marketing aplicado ao turismo: ferramentas de marketing para empresas do turismo e destinos turísticos**. São Paulo: Roca, 2003.

APÊNDICE

Apêndice 1: Instrumentos de coletas de dados

Pergunta	Objetivo
Maior parte dos clientes é turista?	Fechada: Sim ou não
De qual região do mundo tem mais cliente?	Aberta
Qual a etnia dos clientes?	Aberta
Sofreu algum caso de violência?	Fechada: Sim ou não

FONTE: O autor (2017).

Pergunta	Tipo
Trabalha com turismo receptivo?	Fechada: Sim ou não
Percebe o turismo sexual na cidade?	Fechada: Sim, não, não mais
Identifica ações do governo contra a prática do turismo sexual?	Fechada: Sim ou não
Faz parte de alguma ação do governo que combata a prática? Como os empresários estão relacionados?	Fechada: Sim ou não
Qual é o perfil do turista que viaja a procura da atividade sexual?	Aberta
Participaria de ação contra a prática do turismo sexual?	Fechada: Sim ou não

FONTE: O autor (2017)

Pergunta	Tipo
Qual o conhecimento sobre a prática do turismo sexual na cidade?	Aberta
Quais são as principais áreas do turismo sexual?	Aberta
Quais são as campanhas que fazem contra a prática do turismo sexual na cidade? Como os empresários estão relacionados?	Aberta
Existem programas de suporte para as prostitutas? Quais?	Aberta

FONTE: O autor (2017)